

Интернет-исследования

Современные тенденции

проекция на
Казахстан



Зачем нужны интернет-исследования

Прозрачность рынка

«Страх
рекламодателя»



Прозрачность рынка

Тенденции

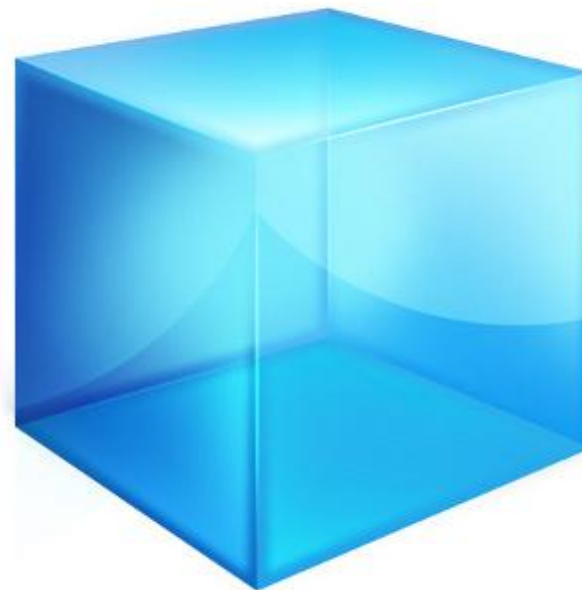
Что будет на подъёме завтра?

Объём

Сколько всего денег?

Структура

Кто платит и кто зарабатывает?



Основная задача

**Найти
свободное
место**

Занять его
и заработать



«Страх рекламодателя»

Рекламодатели
не верят
в интернет

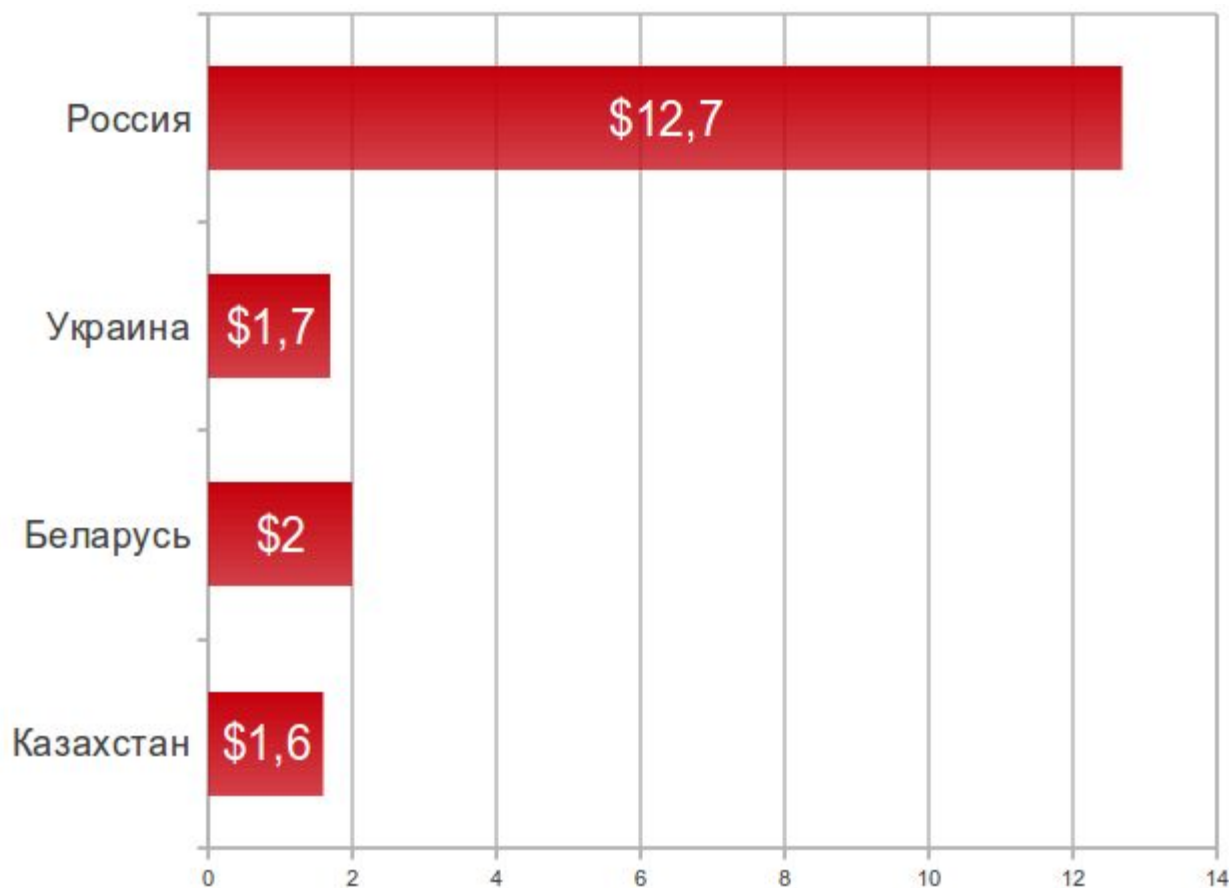
Он просто
слабо похож
на привычный оффлайн



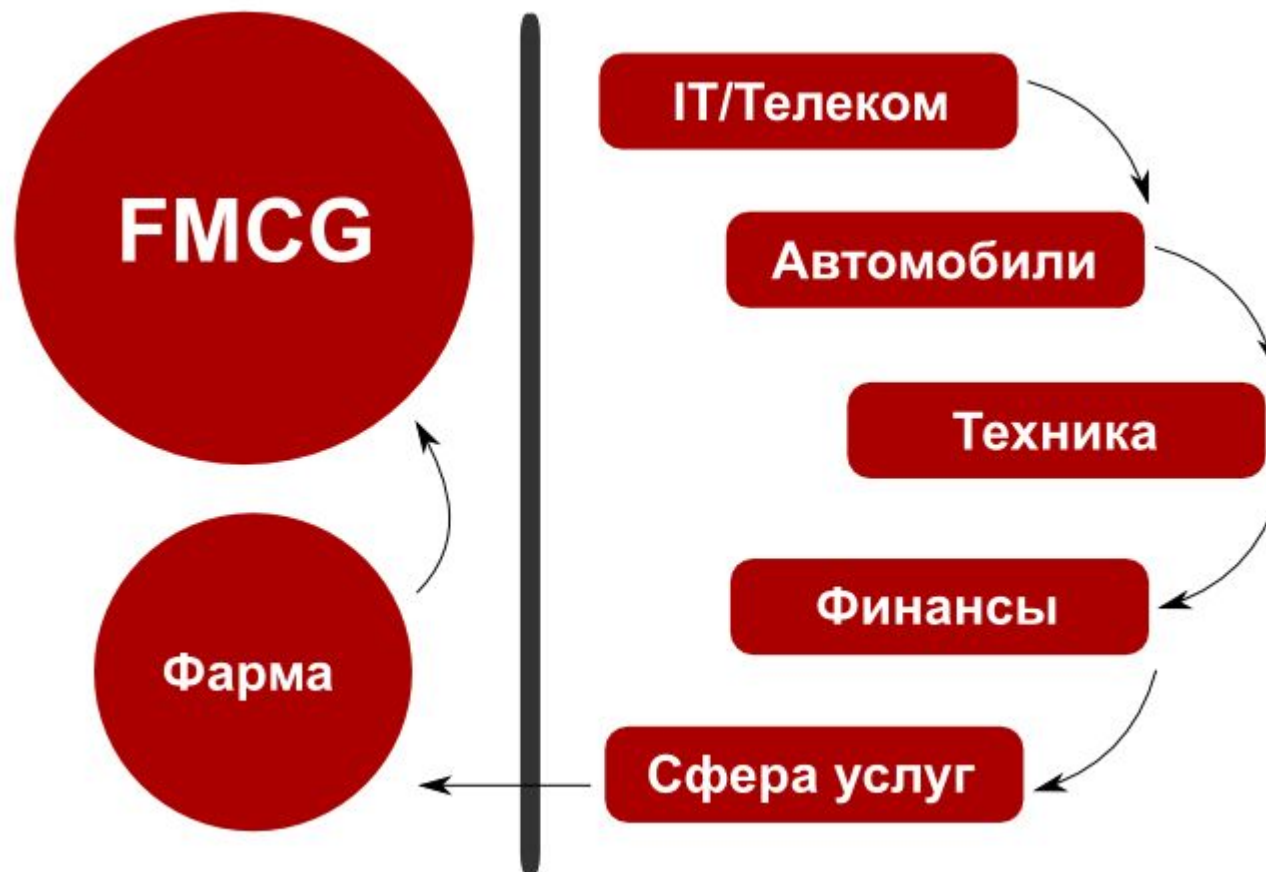
Реклама и аудитория

	Аудитория интернета (месячная)	Рынок интернет- рекламы	Доля интернета в рекламном рынке
Казахстан	3,16 млн.	\$5 млн.	3%
Беларусь	3,3 млн.	\$6,5 млн.	7%
Украина	9 млн.	\$16 млн.	4%
Россия	41 млн.	\$520 млн.	6%

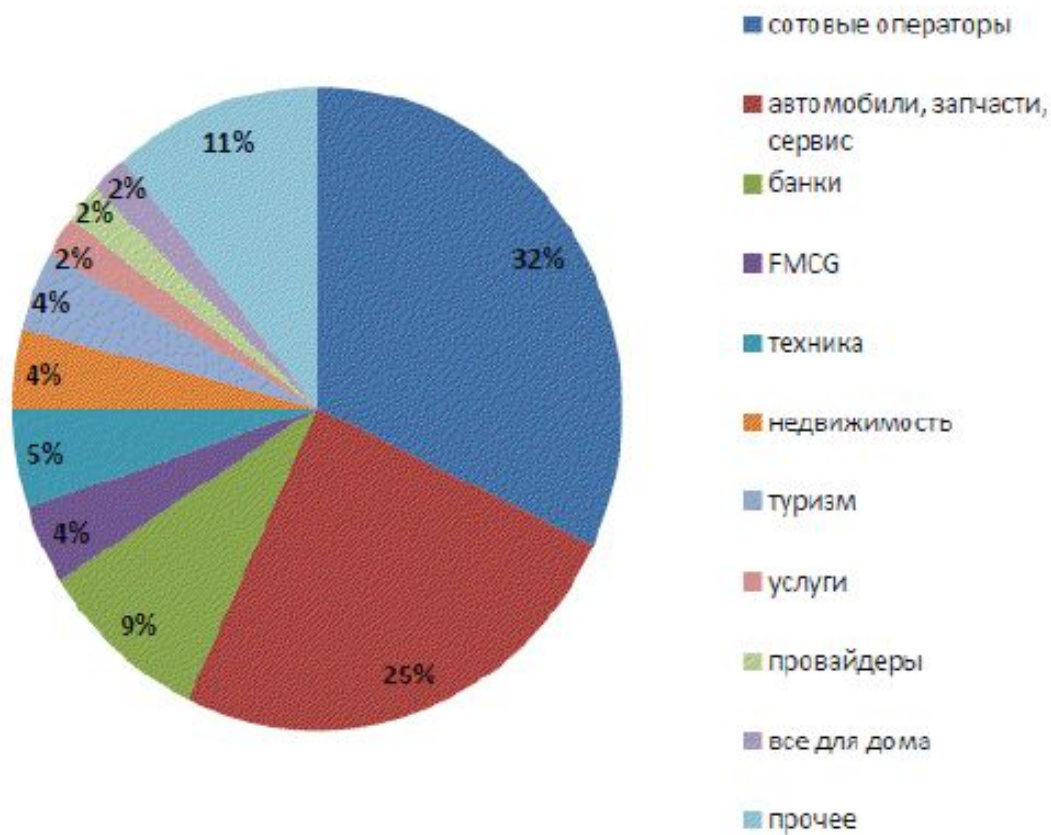
\$ на интернет-пользователя



Как заполняется рынок



Белорусский рынок баннерки



Какие бывают исследования

Аудиторные

Численность и демография

Мониторинг рекламы

Сколько, кто и на что тратит

Контроль

За размещением и эффектом



Аудиторные исследования



Комплексные исследования

Установочное исследование

Позволяет описать аудиторию интернета

Онлайн опросы + система статистики

Позволяет дать демографию и количество пользователей

Оффлайн-панель

Позволяет дать демографию и охват по крупным сайтам

Онлайн-панель

Позволяет дать охват + демографию по средним+ сайтам

Мониторинг рекламы

Объём рынка

Сколько всего потратили рекламодатели

Мониторинг конкурентов

Что, где, когда и за какие деньги рекламировали

Аудит заработка сайта

Оценка доходов от рекламы по конкуренту, для инвестора

Анализ тенденций

Сказать что будет «рулить» на рынке завтра

Контроль

Контроль открутки баннеров

Проверяем что нас не обманули :)

Оценить медиаэффект

Опрос пользователей, видевших рекламу

Охват и демография по кампании

Позволяет сказать сколько людей видело рекламу и кто они

Пост-клик и пост-контакт анализ

Как вели себя пользователи перешедшие и видевшие рекламу

Проблематика

Правило «3% от рекламного бюджета на контроль» не соблюдается.

Сайты противятся, эффект «он меня посчитал»

Постоянные споры об «адекватности методик» между исследователями

Всё!

Спасибо!

Леонид Муравьёв

директор @ ООО «Мерник Рисерч»

+375 29 636 83 86

lm@mernik.by

Минск, пр-т. Независимости 58-420