



## Как интернет-реклама нашла себя на поисковых системах

Андрей Себрант

Яндекс, директор по специальным проектам,  
журнал «Интернет-маркетинг», главный редактор



Пятнадцатый Московский Международный  
Фестиваль Рекламы

Москва, 18 ноября 2005



# Это было недавно?..

Есть много легенд про Первый Баннер.  
Вот самая распространенная.

1994 год, 25 октября. Сайт hotwired.com  
(Сегодня это Wired News - <http://wired.com/>).



468x60, а какой инсайт!....

Первый баннер был частью кроссмедийной кампании: в основном кампанию *You will* бренд AT&T вел на телевидении.

Примерно тогда же вкус интернета попробовали Zima и Club Med.

# ...это было давно!

Через 10 лет только в Штатах на подобное потратили почти 10 миллиардов долларов... Обогнав всю наружку.

А баннер – похоронили.



Декабрь 2004 года, Сан-Франциско

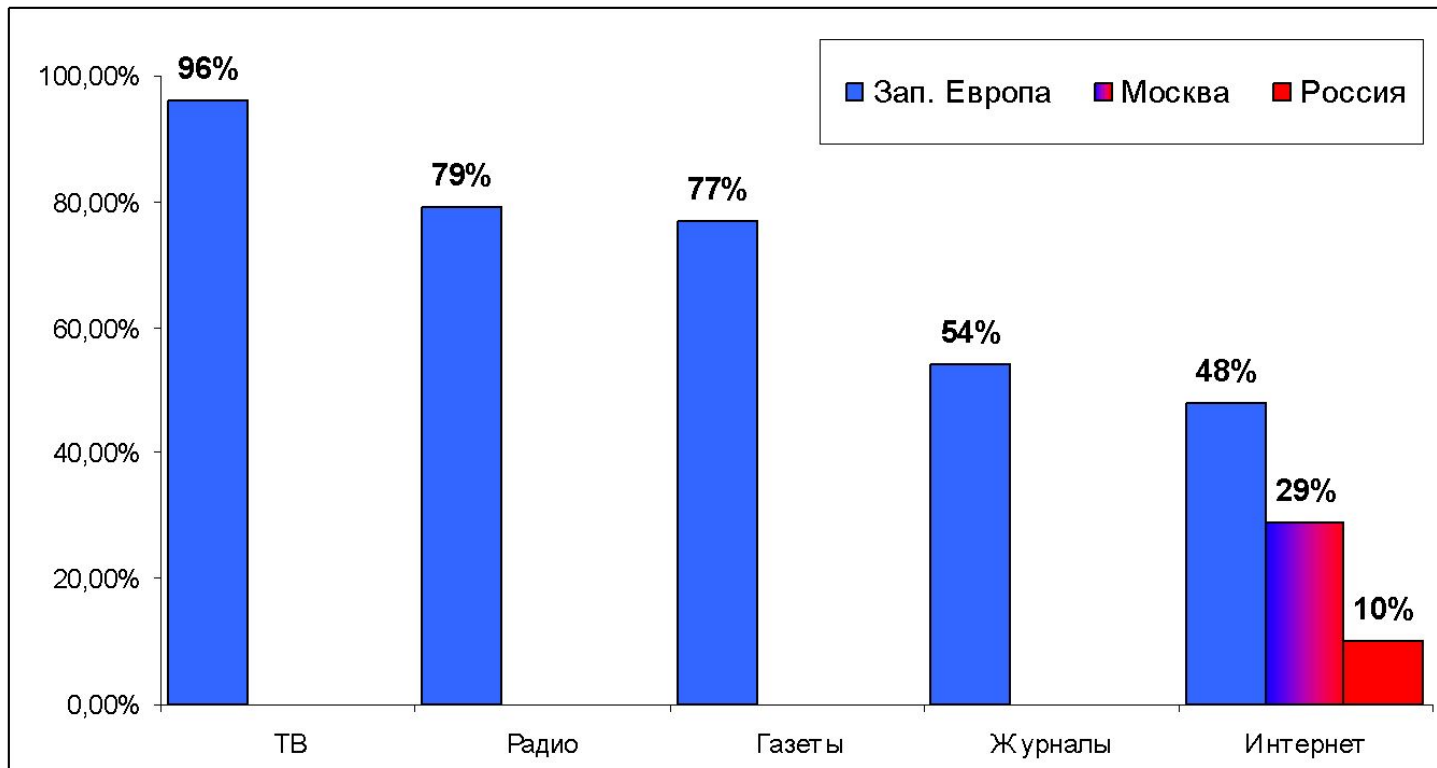
Douglas Weaver,  
продавший первый баннер:  
"It ain't mourning time,  
it's morning time."

# Еще немного дат

- в 1995, Infoseek повесил первый баннер по ключевым словам.
- в 1996, Procter&Gamble уговорил Yahoo! перейти на оплату за клики.
- в 1998, GoTo начал размещать текстовые платные объявления, четко их обозначив как рекламные.
- в 1998, и у нас в России впервые разместили рекламу по ключевым словам, на Яндексе.

# Интернет оттягивает внимание

Наше внимание – ограниченный ресурс. И интернет уже успешно откусил свой кусок от других каналов коммуникации.

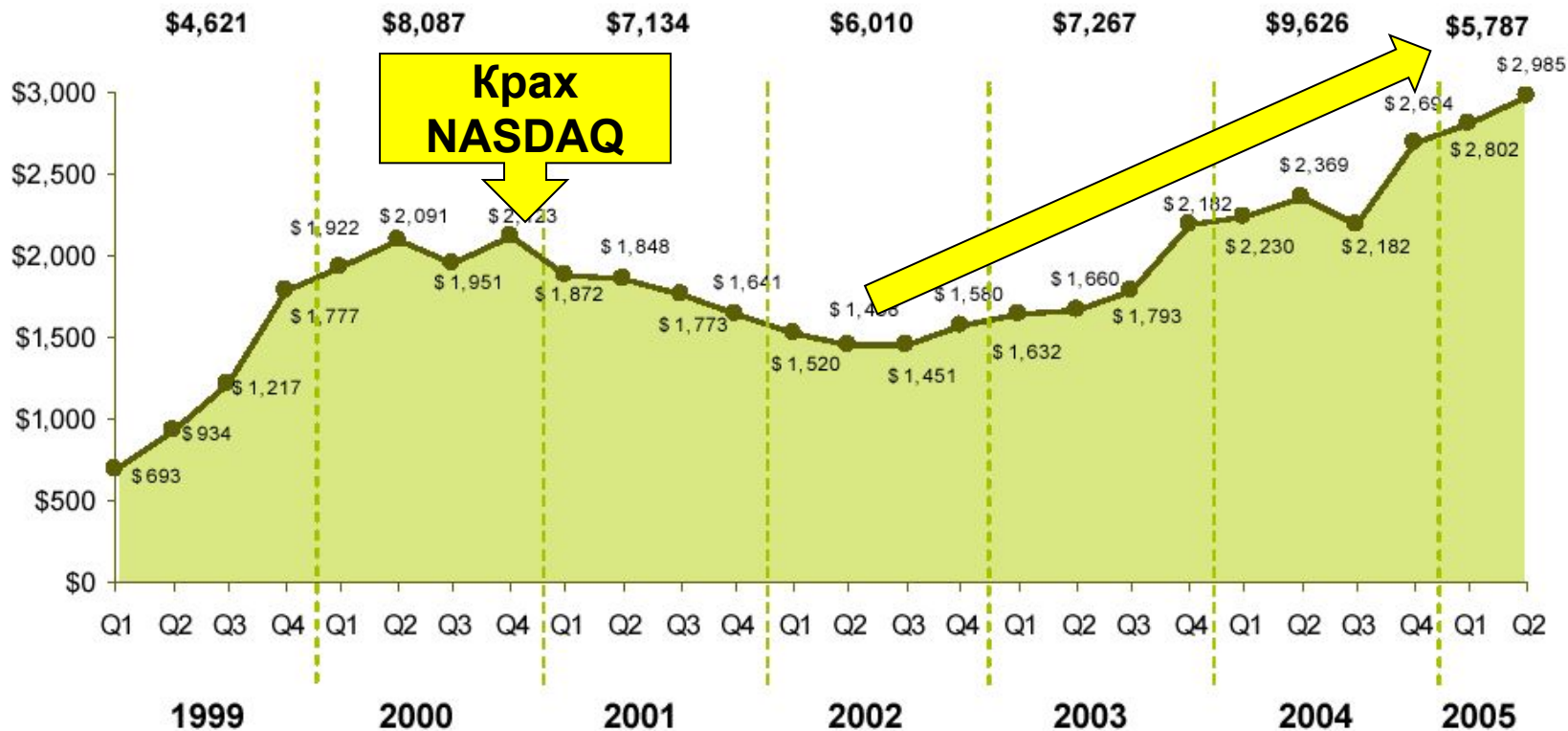


На картинке – ответ на вопрос «какой процент взрослого населения хотя бы раз в неделю получал информацию из данного канала?»

Я

(Источники: по Зап. Европе – EIAA, по России – ФОМ)

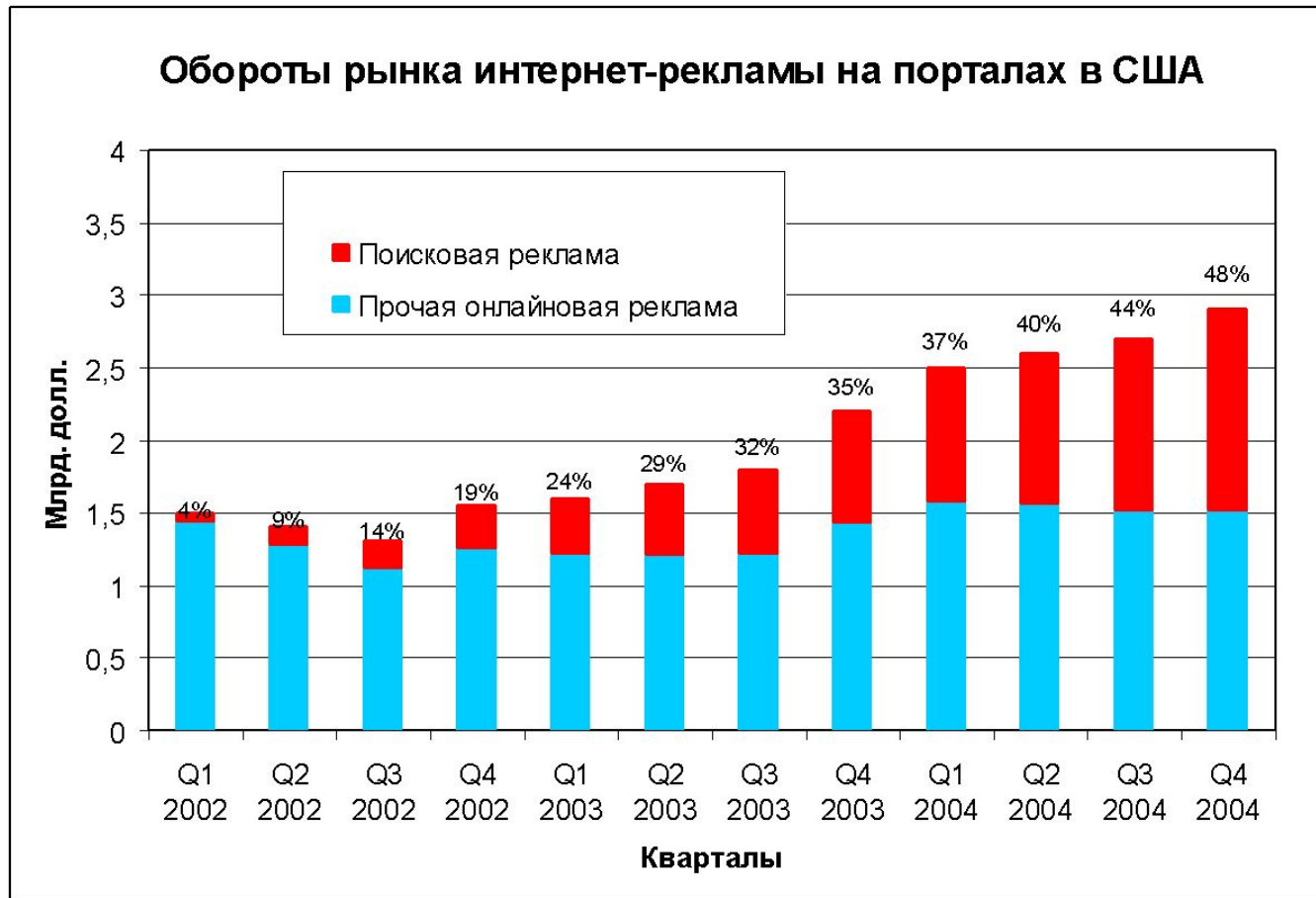
# Платят, заметим, все охотнее...



(Источники: IAB, PricewaterhouseCoopers, 2005)

С середины 2002 года объем рынка онлайн-рекламы в США растет в среднем на треть в год.

# А вот и причина роста



По данным PWC/IAB

В 2004: Google – \$3 млрд.; Яндекс - \$17 млн.  
(из них 13 – на поиске)



## Просто факт

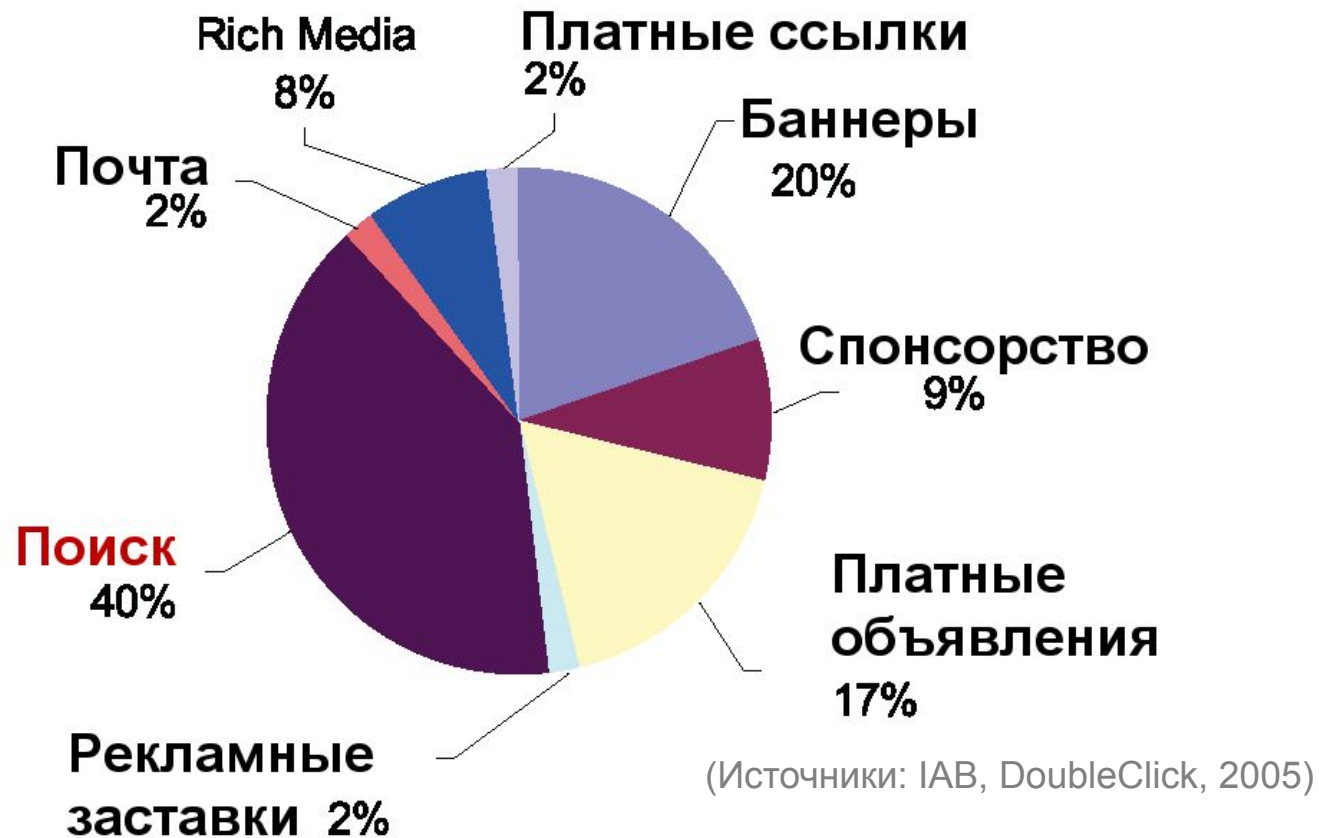
Уже понятно, что рекламы на Google в 2005 году будет продано больше, чем в любой американской телесети или газете.

6 миллиардов долларов.

Посмотрим на это поподробнее...

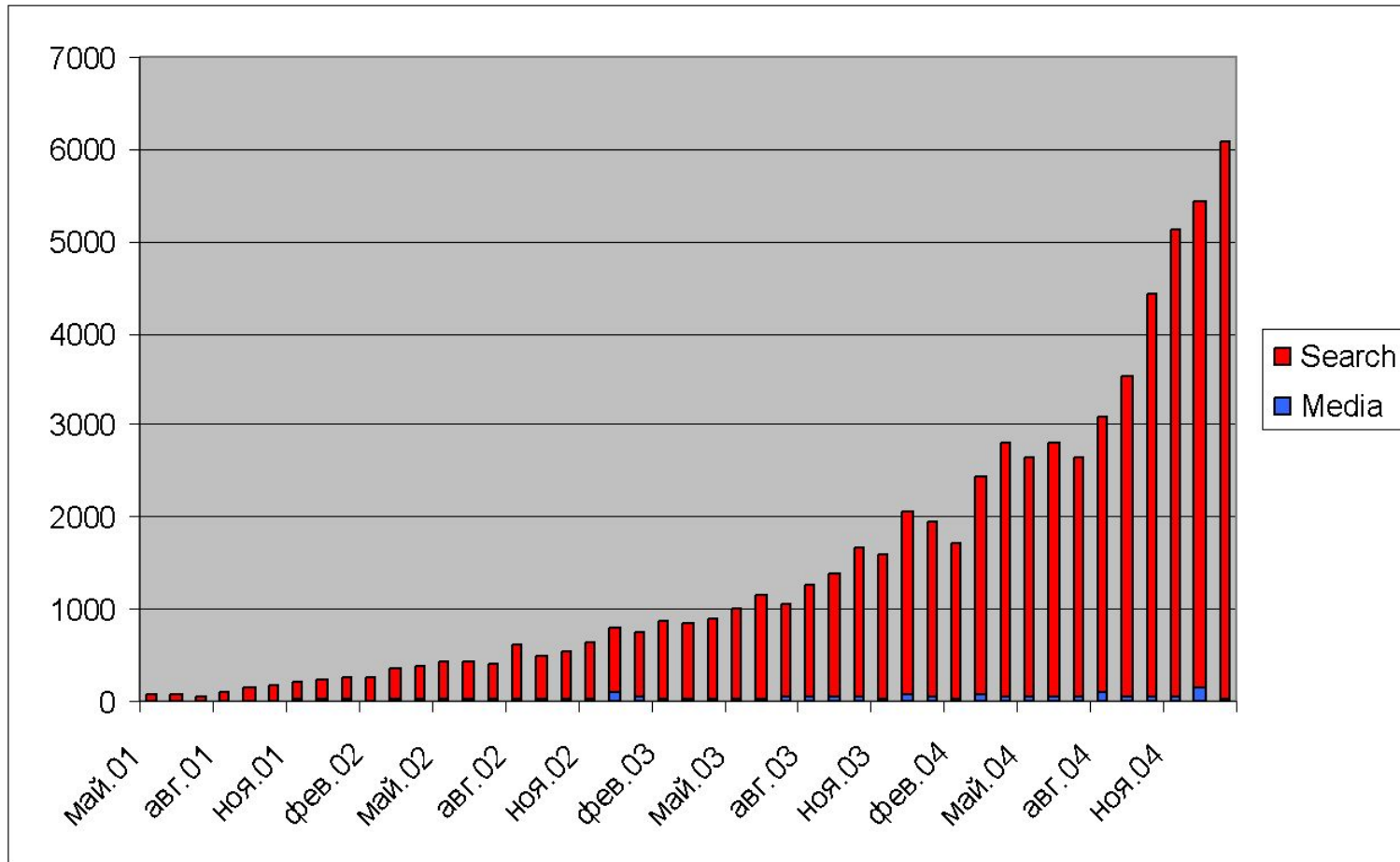


# За что платят рекламодатели в американском интернете



Уже год назад самым вкусным куском пирога рекламных денег была поисковая реклама. И это в США, где интернет быстрее и распространеннее, чем у нас.

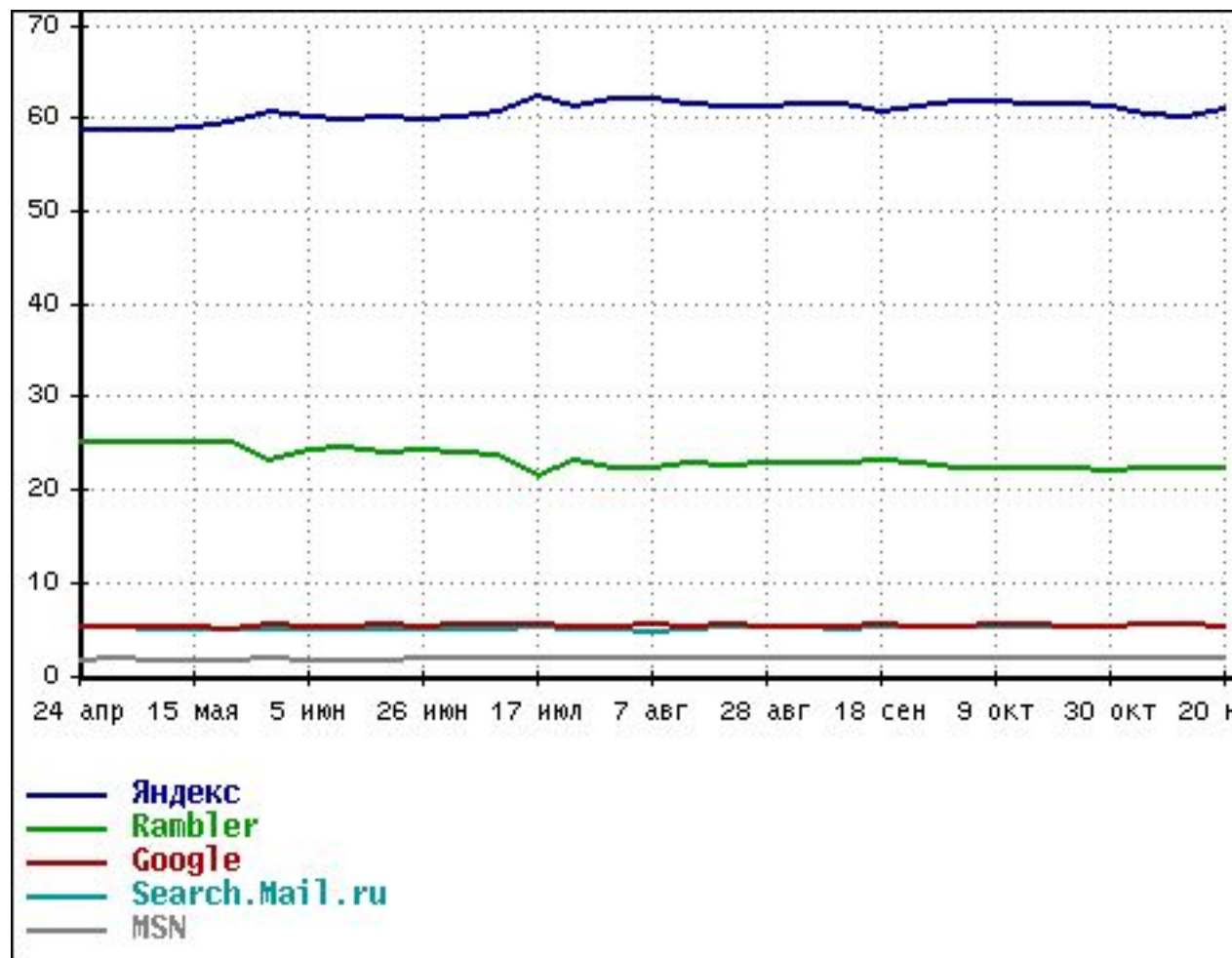
# По вкусу малому и среднему бизнесу



Опыт Яндекса: в 2004 году обслужено 20 000 клиентов.  
Что их прельстило?



# Источники поискового трафика



(<http://www.liveinternet.ru/stat/ru/searches.html?slice=ru;period=week>)

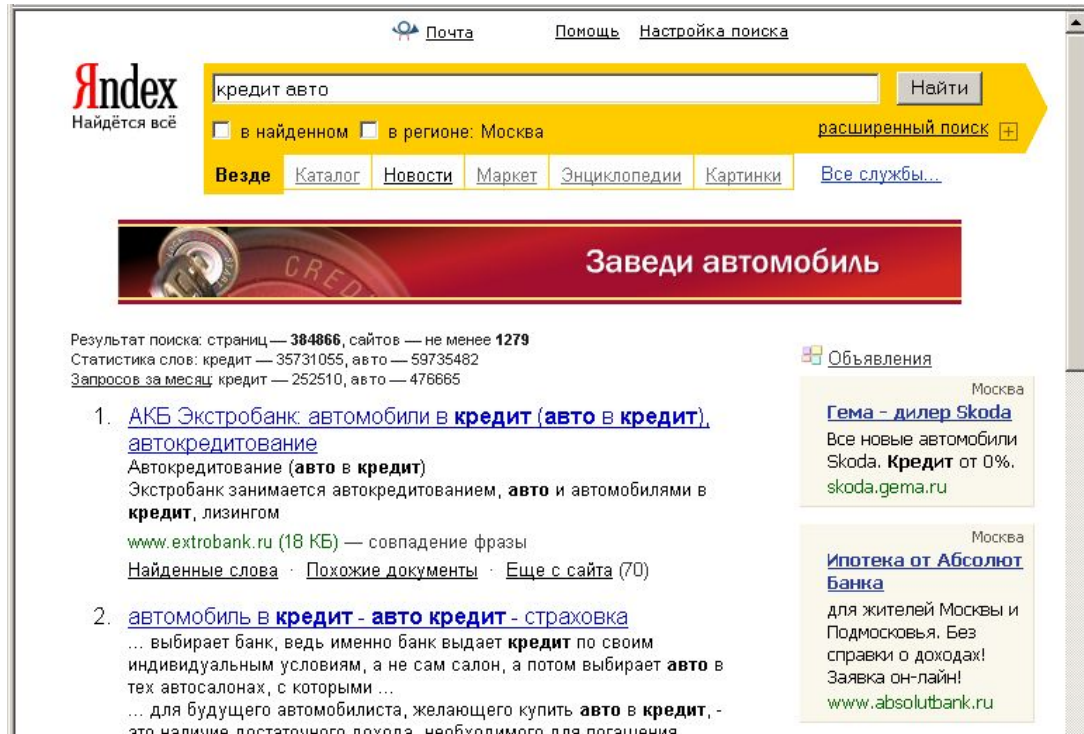
Яндекс создает **>60%** поискового трафика  
российских пользователей на российские сайты



# Брендинг, говорите?

Любимое возражение против поисковой рекламы: «Это директ-маркетинг, а не реклама».

Неверно!



The screenshot shows a Yandex search results page for the query "кредит авто". The search bar is yellow with the text "кредит авто" and a "Найти" button. Below the search bar, there are checkboxes for "в найденном" and "в регионе: Москва", and a "расширенный поиск" button. A red banner with the text "Заведи автомобиль" is visible. The search results are listed below, with the first result being "АКБ Экстробанк. автомобили в кредит (авто в кредит), автокредитование". The second result is "автомобиль в кредит - авто кредит - страховка". On the right side, there are two advertisement boxes: "Гема - дилер Skoda" and "Ипотека от Абсолют Банка".

Почта    Помощь    Настройка поиска

**Yandex**  
Найдётся всё

кредит авто    Найти

в найденном     в регионе: Москва    расширенный поиск

Везде    Каталог    Новости    Маркет    Энциклопедии    Картинки    Все службы...

**Заведи автомобиль**

Результат поиска: страниц — **384866**, сайтов — не менее **1279**  
Статистика слов: кредит — 35731055, авто — 59735482  
Запросов за месяц: кредит — 252510, авто — 476665

Объявления

Москва

**Гема - дилер Skoda**  
Все новые автомобили Skoda. **Кредит** от 0%.  
skoda.gema.ru

Москва

**Ипотека от Абсолют Банка**  
для жителей Москвы и Подмосковья. Без справки о доходах! Заявка он-лайн!  
www.absolutbank.ru

1. [АКБ Экстробанк. автомобили в кредит \(авто в кредит\), автокредитование](#)  
Автокредитование (авто в кредит)  
Экстробанк занимается автокредитованием, авто и автомобилями в кредит, лизингом  
[www.extrobank.ru](http://www.extrobank.ru) (18 КБ) — совпадение фразы  
[Найденные слова](#) · [Похожие документы](#) · [Еще с сайта \(70\)](#)

2. [автомобиль в кредит - авто кредит - страховка](#)  
... выбирает банк, ведь именно банк выдает кредит по своим индивидуальным условиям, а не сам салон, а потом выбирает авто в тех автосалонах, с которыми ...  
... для будущего автомобилиста, желающего купить авто в кредит, - это наличие достаточного дохода - необходимого для погашения

Поисковая реклама многолика, и бренды начинают осознавать ее гибкость и могущество.



# Банки, страховщики, автодилеры...

...прекрасно поняли, что они теряют, не светясь на поиске.

The image shows a Google search interface for the query "rent car". The search results are dominated by sponsored advertisements. A vertical label "реклама" (advertisement) is visible on the left side of the results. Several ads are circled in red:

- £61 week car hire** (www.carjet.co.uk) - Sponsored Link
- Ипотека от Абсолют Банка** (www.absolutbank.ru) - Mortgage advertisement with details: "Выплата от 150\$ в месяц. Без справки о доходах! Заявка он-лайн!"
- Quality Car Rentals** (www.avis.com) - "Low Rates, Great Cars. Secure Online Booking."
- Ипотека от СлавинвестБанка** (www.slavinvest.ru) - "Квартира в кредит на выгодных условиях. Мы платим - Вы живете!"
- Ипотека от СлавинвестБанка** (www.slavinvest.ru) - "Квартира в кредит на выгодных условиях. Мы платим - Вы живете!"

Other visible ads include Enterprise Rent-A-Car, Car Rental Service, Car Hire Rentals, and Car Italy - Rent a Car. The search results also show a "Result 1 of 10 of about 31,600,000 for rent car" and a "Result 2 of 2" for the mortgage ads.

Поисковая реклама – новый способ коммуникации, но отнюдь не худший.



# Немного о русском размере

За неделю Яндекс дает 8 миллионам людей около 150 миллионов ответов. Если считать (по данным LiveInternet), что Яндекс обслуживает 60% запросов российских пользователей, то всего по стране

**250 млн. ответов, 10-12 млн. человек каждую неделю**

В 2004 году рынок поисковой рекламы составил от 17-18 миллионов долларов и вырос почти втрое. Что дальше?



# Промежуточный итог

- Так почему же поисковая реклама так полюбилась многим?
- Что это такое на практике и что надо знать и уметь?

Есть три главные причины,  
Есть четыре шага к успеху...

# Поисковая реклама: 3 главных приза

## «Точечное» воздействие: экономия

Реклама показывается только тем пользователям, кто явно выразил заинтересованность в Ваших предложениях в данный момент; экономия бюджета

## Навигационный аспект: не надо отвлекать пользователя

Ваше сообщение воспринимается пользователем не как отвлекающая реклама, а как дополнительная информация, помогающая сориентироваться среди огромного количества однотипных предложений. На поиск приходят, чтобы уйти.

## «Качественные» посетители: хорошая конверсия в покупателей

Это люди, которые задали **Ваш** вопрос и выбрали Ваш ответ; они ожидают получить на Вашем сайте то, что искали, соответственно, в большей мере расположены к заказу соответствующей услуги



# Поисковая реклама: 4 ключа к успеху

## Правильный подбор ключевых слов

Надо точно знать, как именно формулируют запрос ваши потенциальные клиенты и использовать только подходящие слова.

## Правильный текст объявления

У вас не больше 2 секунд, чтобы пробегающий глазами страницу пользователь заинтересовался объявлением. Он должен почувствовать, а не осознать, что ваш ответ ему подходит.

## Правильное место

Поисковая реклама работает в первую очередь на продажи, тщательно считайте, сколько можно потратить денег на привлечение одного покупателя и соответственно определяйте способ показа объявления.

## Правильный сайт

Люди рассчитывают найти совершенно определенную информацию, связанную с их запросом. Нельзя их разочаровывать или обманывать. Связка **запрос** **объявление** **сайт** должна быть единой.

Я

# Подбираем слова: Виды запросов 1

## Информационные

– Пользователя интересует ответ на вопрос. Причем, не очень важно, где именно он находится.

*самые оригинальные визитки*

*коллекция дипломных работ*

*слова песни дубинушка*

*открытки на 23 февраля для pokia*

...

# Подбираем слова: Виды запросов 2

## Навигационные

- Пользователя интересует определенное место, где, как он думает, есть ответ на его вопрос

*региона дубовицкая  
официальный сайт*

*кандалакшский  
алюминиевый завод*

*Сайт Путина*

*нижневартровский  
сервер для  
counter-strike*

...

# Подбираем слова: Виды запросов 3

## Транзакционные

- Пользователь собирается совершить сделку (например, приобрести товар)

*купить двухэтажную кровать*

*краска для волос опт Москва*

*audi а6 цена*

*распродажа спортивных товаров*

*...*

# «Продающие добавки»

Купить, продать, покупка, продажа, опт, оптовый, распродажа, цена, прайс, price, [интернет-] магазин, салон, галерея, подбор, выбор, сравнение, тест, test, тестирование, рейтинг, дешевый, б/у, доставка, лучший, ...

Тур, виза, погода, курорты, отдых, туризм, туроператор, отели, музеи, путеводитель, поездка, отзывы, горящие, достопримечательности, ...

Если запросов мало,  
можно не выделять  
«продающие»

# Типовые задачи поисковой рекламы

1. Отработка спроса («навигация»)
2. Стимулирование спроса  
(увеличение и создание)
3. Нишевый брендинг

# Задача: навигация спроса

Наиболее понятная и часто решаемая задача

## Когда:

- продвигаем типовой, уже принятый рынком продукт
- имеется заметный «информационный спрос»
  - ✓ “шкафы-купе” – 25 тыс. запросов.  
из них 75% – «товарные»
  - ✓ “мобильный телефон” – 238 тыс. запросов  
из них – 65% - «товарные»

## Как:

- прямой таргетинг по интересу

Информационный спрос может быть создан традиционной рекламой. Именно поэтому поисковая реклама – столь полезный компонент медиамикса.



## • Концерт Дмитрия Хворостовского

28 мая. Красная площадь. Заказ доставка билетов.

Слова

– билеты Хворостовский, концерт Хворостовский, Красная площадь Хворостовский

Показы	Переходы	CTR
706	220	31,16%





# Кстати об информационном спросе...

## Читайте

Яндекс статистика запросов [Помощь](#) [Статистика посещений](#)  
по словам по регионам по месяцам

Полная статистика слов + ассоциации

Яндекс статистика запросов [Помощь](#) [Статистика посещений](#)  
по словам по регионам по месяцам

Региональный срез

Яндекс статистика запросов [Помощь](#) [Статистика посещений](#)  
по словам по регионам по месяцам

Ключевые слова:

Шкала графика:  абсолютная  относительная

Запросов за последние 30 дней: 405421, за период: 1907439

Month	Search Volume
11/04	222628
12/04	99366
01/05	78255
02/05	93501
03/05	143597
04/05	219276
05/05	123049
06/05	110976
07/05	110930
08/05	121768
09/05	175534
10/05	408559

Показы по месяцам

Month	11/04	12/04	01/05	02/05	03/05	04/05	05/05	06/05	07/05	08/05	09/05	10/05
Search Volume	222628	99366	78255	93501	143597	219276	123049	110976	110930	121768	175534	408559

Динамика по месяцам

# Пример: продажа бренда

## •Автомобили Volkswagen

Продажа, кредит, страхование и лизинг. Сервис 24 часа.

Слова

- автосалон volkswagen, автосалон фольсваген, дилер volkswagen, volkswagen дилер, фольксваген микроавтобусы, фольцваген микроавтобусы, ...

Показы	Переходы	CTR
7208	789	10,95%

# Пример: продажа по name

## Аренда видеопроекторов

Широкий выбор.  
Установка, доставка. Помощь в  
подборе. Скидки.

Слова

– аренда  
видеопроекторов,  
прокат  
видеопроекторов

Показы	Переходы	CTR
1766	442	25,03%

Я

# Анти-пример...

Как вместо 25% получить 0,02%

**Проведение  
фейерверков!**

Пиротехнические шоу,  
которые станут достойным  
украшением Вашего торжества!

Слова

– НОВЫЙ ГОД,  
рождество

Показы	Переходы	CTR
9757	2	0,02%

Я

# Задача: стимулирование спроса

## Варианты задачи:

- создание спроса «с нуля»
- увеличение существующего спроса

## Когда:

- товары как услуги, «сопутствующие» товары  
*расходники к копирам, Rolodex и т.п.*
- новые продукты в линейках, услуги в сегментах  
*DSL, Trade-In в автосалонах, SEM*
- ниши в существующих сегментах  
*японский чай, телефоны с ф/камерой*

## Как:

- КОСВЕННЫЙ ТАРГЕТИНГ (смежные и близкие темы )
- соц.-дем. сегментирование для оптимизации ЦА

# Задача: нишевый брендинг

## Когда:

- Повышение узнаваемости бренда в сегменте, repositioning
  - » *Новые бренды: МегаФон, Держ, ВВК*
- Закрепление логической связи «область = бренд» (leader's challenge)
  - » *Потребительский кредит = Ситибанк*
- Имиджевый sales support
  - » *Самые атакуемые сейчас области:  
потребительский кредит  
автострахование*

## Как:

- Максимизация охвата тематической аудитории + имиджевая (медийная) составляющая

# Пример: медийный контекстный баннер



## Слово

- bj, bubble jet, bubblejet, принтер canon, струйный принтер, фотопринтер, цветной принтер

Показы	Переходы	CTR
241730	5583	2,31%

# Задача: сегментирование

## По чему:

- По доходу
  - » *Эксклюзивный туризм по темам дорогие авто, элитная недвижимость*
- По статусу
  - » *Rolodex*
  - » *Louis Vuitton*
- По возрасту
  - » *Кожаный мяч Danon*

## Как:

- Специфика сленга, знания брендов, интересов...



# Это тоже сегментирование...

**Школьники ищут**

– сочинение

**Школьники 7-го класса  
ищут**

– сочинение  
бульба\*



\* Н.В.Гоголь «Тарас Бульба»

# Хоть глобально, хоть локально...

Крупнейшие поисковые системы аккумулируют аудиторию всей страны - или всего мира.

Показать рекламу только на регион – очень просто, и ничего дополнительно не стоит.

В итоге:

- московский продавец недвижимости продает столичные квартиры жителям Лондона,
- малый бизнес из Поволжья выходит на питерский рынок,
- общероссийский бренд обращается к жителям каждого города персонально.

*Кстати, в некоторых городах аудитория крупнейших поисковиков превышает аудитории многих телеканалов...*

# В чем счастье рекламиста?

Поисковая реклама кое-кому кажется прямолинейной, лапидарной и скучной. В ней красоток, детей и собак...

Но в хорошей поисковой рекламе подумали:

- об омоформах и омонимах (кухня, краски, интернет...)
- о синонимах и сленге (наружка, окна ПВХ...)
- о разных частях речи
- об опечатках (karcher, керхер, kercher, karher, кэрхер, кархер, kerher, кершер, ... )
- о морфологии.....
- О ПСИХОЛОГИИ ТОГО, КТО СПРАШИВАЕТ!

А еще – о том, что на чтение сообщения пользователь не потратит больше 3 секунд. Реакция его будет не до конца осознанной – а автоматической.

Я

# Почти окончательный итог

Рекламодатель начал воспринимать интернет как еще один канал размещения рекламы.

Сначала он пользуется знакомыми аналогиями.

- Тематическая пресса – тематический сайт
- Рекламный блок – баннер
- Группа изданий – тематическая баннерная сеть...

Только поиск, как специфическая функция интернета, создал уникальную настоящую, «сквозную» интерактивность и победил клаттер

- Пользователь в интернете всегда может кликнуть на рекламу
- Только в поисковой рекламе сообщение откликается на сиюминутный интерес пользователя
- Ценообразование интерактивно, реагируя и на спрос рекламодателей, и на действие пользователя

# История развивается по спирали?



Объявления, поданные в Google, стало можно публиковать в прессе. При этом «кликами» считаются звонки или посещения выделенной для объявления страницы.

Ничего не напоминает?...

---



**Luxury Cruise to Mars**  
Low-Gravity Fun for Everyone  
Visit the red planet in luxurious oxygen-enriched low-gravity style. Experience the high plateaus of the Southern Highlands, the long canyons of the Valles Marineris and the exotic volcanos of Tharsis Bulge.  
[sampleurl.com/mars](http://sampleurl.com/mars)



(800) 555-1212

---

От этого объявления, через Google AdWords подаваемого в газету, Первый Баннер должен начать ворочаться в гробу, который был на слайде в начале доклада. Здесь начинается другая дорога...



## Андрей Себрант

адрес: 119333, ГСП-1, Москва  
ул. Вавилова, 40

телефон: +7 (095) 974-35-55

факс: +7 (095) 974-35-65

эл. почта: [asebrant@yandex-team.ru](mailto:asebrant@yandex-team.ru)