Современные возможности систем размещения рекламы

О чем пойдет речь

- О баннерах
- О посетителях
- О деньгах

Баннеры

- Графические
- Html-баннеры
- Всплывающие flash-баннеры
- Баннеры в новых окнах – pop-up, pop-under
- Баннеры с изменяющейся геометрией

- Размещенные непосредственно в системе
- Редиректные

Роль баннера

- Показ и переход
- Показ без ожидания перехода
- Интерактив
- Сбор данных

Фокусировки: классика жанра

- Количественные
- Частотные на уникального зрителя
- Временн*ы*е
- Географические
- По рекламным местам
- Тематический
- По расположению на странице
- По настройкам пользователя

Мобильные идут в наступление

- По типу устройства
- По версии ПО
- По мобильному оператору
- По типу подключения

* Требуют спецформата

Поведенческий таргетинг

- Простой последовательный показ баннеров
- Показ до первого клика
- Показ в случае действия в предыдущем этапе кампании
- Тайм-ауты для уникального пользователя
- Показ заинтересованным в тематике
- Контекстный показ
- Комбинированные варианты

Статистика

- Показы, клики, действия, с учетом уникальности
- Их географическое распределение
- Разбиение по площадкам и рекламным местам
- И так далее, по всем применявшимся настройкам

Внимание, вопрос:

А вам это всё зачем?

Вы - рекламодатель

- Полный контроль над ходом кампании
  - Оперативное реагирование
- Единая статистика
  - Полное понимание эффективности различных размещений

Вы – рекламное агентство

- Полный контроль над ходом кампаний
- Единая статистика
- Доверие клиентов

Вы – владелец сайта

- Обменные и партнерские программы
- Интеграция с собственными сервисами
- Полный контроль над ходом кампаний:
  - Клиентских на вашем сайте
  - Ваших на сайтах партнеров
  - Обменных
- Единая статистика
- Доверие клиентов
- Экономия времени траффик-менеджеров и менеджеров по продажам рекламы

Примеры

- Интернет-магазин мобильных устройств:
  - Обменная/партнерская программа с открытой регистрацией
  - Таргетированная реклама непосредственно на сайте
  - Упрощение навигации для мобильных посетителей
  - Сбор статистики по сегментам аудитории и эффективности размещений

Примеры

- Сайт автосалона:
  - Поведенческий таргетинг по посетителям, интересовавшимся автотематикой – во внешней обменной сети либо сети размещения
- Сайт кадрового агентства:
  - Создание партнерской / обменной сети, и после накопления определенной статистики показ на партнерских страницах предложений тех специальностей, которыми уже интересовался пользователь.

Как сэкономить?

- Воспользоваться возможностями, накопленными у существующих владельцев систем:
  - Обменные сети
  - Сети размещения
  - Сайты с интегрированными системами размещения

Так что же делать?

- Как можно скорее определять подходящую именно вам систему размещения рекламы
- Внедрять ее в свои проекты
- Увеличивать собственные доходы

Почему так срочно?

Потому что ваши конкуренты это уже сделали.

Елена Климанская
РБК – рекламные сети
директор по развитию
eklimanskaya@rbc.ru
+7 095 363 1156

LBN.ru RBCMedia.ru AdNet.ru Medialand.ru