

# *soloway*

Поведенческие технологии в  
баннерной рекламе

или глобальная матрица интересов аудитории



ГРУППА КОМПАНИЙ  
**Internet**

# План презентации

- Кейсы
- Особенности
- Где это работает
- Выводы

# Рекламная кампания застройщика многоквартирных домов

## Цели:

- повышение объема продаж квартир
- повышение эффективности использования рекламных бюджетов

# Рекламная кампания застройщика многоквартирных домов

## Стратегия:

Две кампании: основная и поведенческая

Поведенческая:

- Аудитория: посетители страниц информации об объекте застройщика
- Учитывались визиты за последний месяц
- Баннер отражал количество квартир в продаже
- Текст менялся каждую неделю



# Рекламная кампания застройщика многоквартирных домов

## Результат:



# Представляем продукт

Такой способ размещения  
называется «Бумеранг»



# Реклама банковских депозитов

- Осенью 2008 года спектр продуктовых предложений банков сузился
- Началась борьба за «депозитный портфель»
- Обострилась конкуренция



# Реклама банковских депозитов

## Задача:



- Средняя стоимость целевого клика: не более 30 рублей
- Выполнение плана по количеству привлеченной целевой аудитории

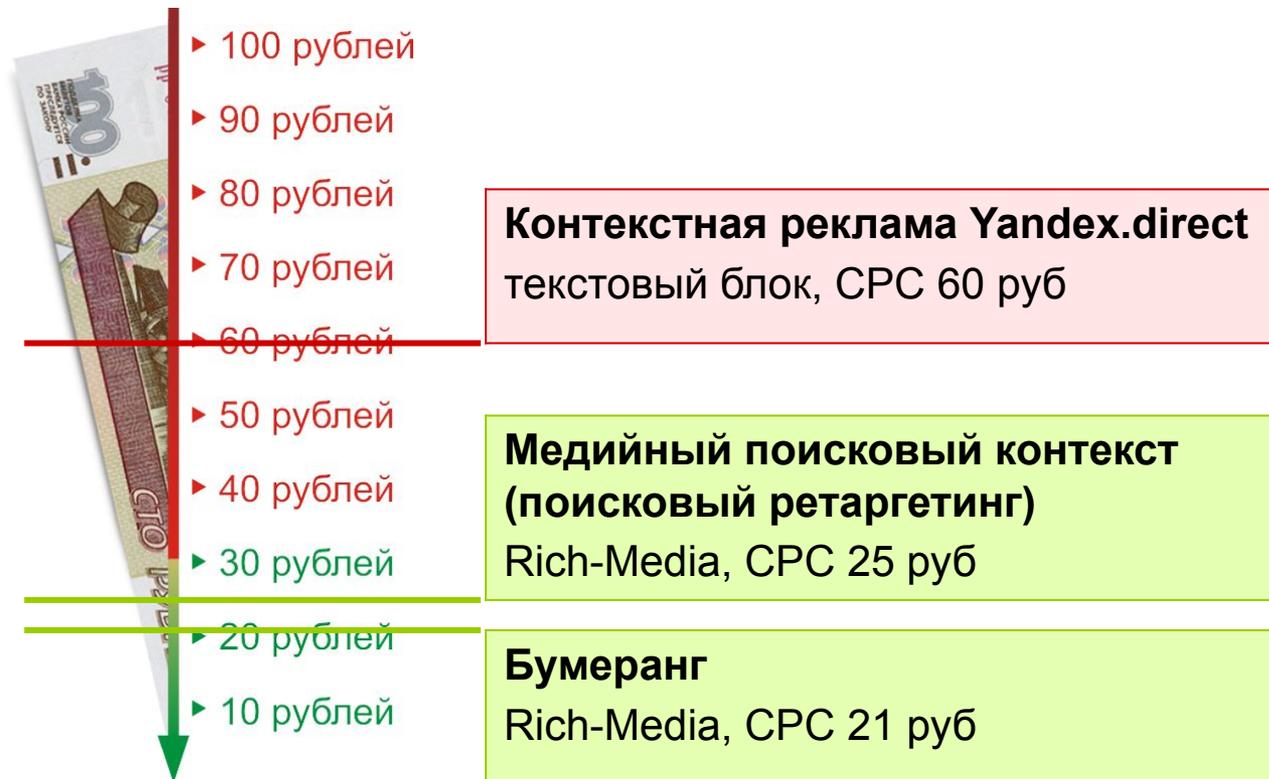
## Стратегия:

Целевая аудитория:

- Поисковая активность в течение последней недели
- Искали услуги сектора «Вклады/Депозиты»

# Реклама банковских депозитов

## Результат:



## «Медийный поисковый контекст»

поисковый ретаргетинг



# Рекламная кампания GPRS/EDGE устройства для ноутбуков

**Цель:**

Привлечь наиболее подготовленную аудиторию



# Рекламная кампания GPRS/EDGE устройства для ноутбуков

## Стратегия:

### Целевая аудитория:

- Регулярно использовали GPRS доступ в течение последнего месяца
- Показывать рекламу, когда выбранные пользователи выходят в сеть, используя широкополосный доступ
- Оценка эффективности: контрольная кампания на профильных сайтах

# Рекламная кампания GPRS/EDGE устройства для ноутбуков

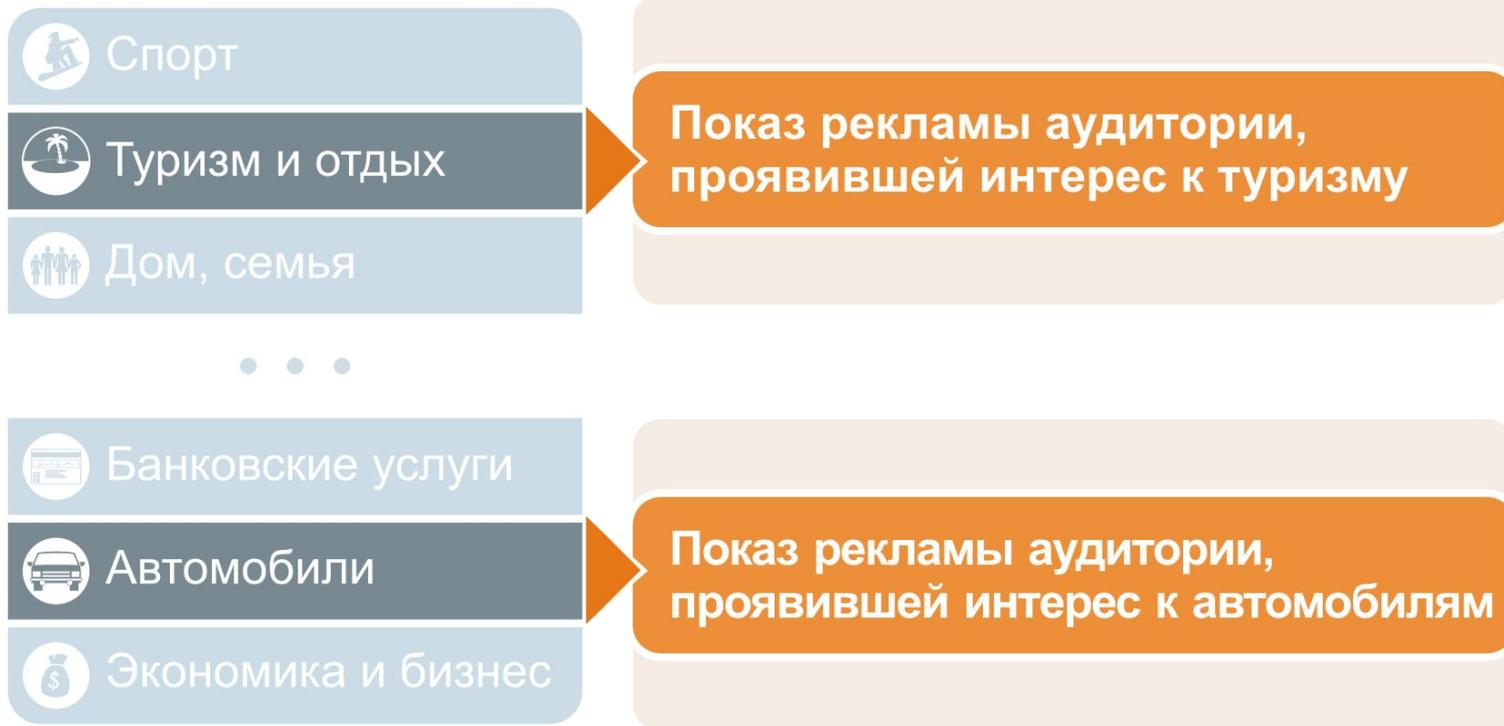
## Результат:

	Контрольное размещение	Поведенческая кампания
Фокусировки	Выбор тематических сайтов	Аудитория GPRS пользователей
Формат	Перетяжки	Перетяжки
Частота	3 раза в сутки	5 раз в сутки
CTR	0,2% - 0,4%	1,50%

## «Сбор аудитории под заказ»

- Пользователи ноутбуков
- Пользователи мобильного интернет
- Пользователи офисных сетей
- Пользователи домашних сетей

# Готовые тематические каналы



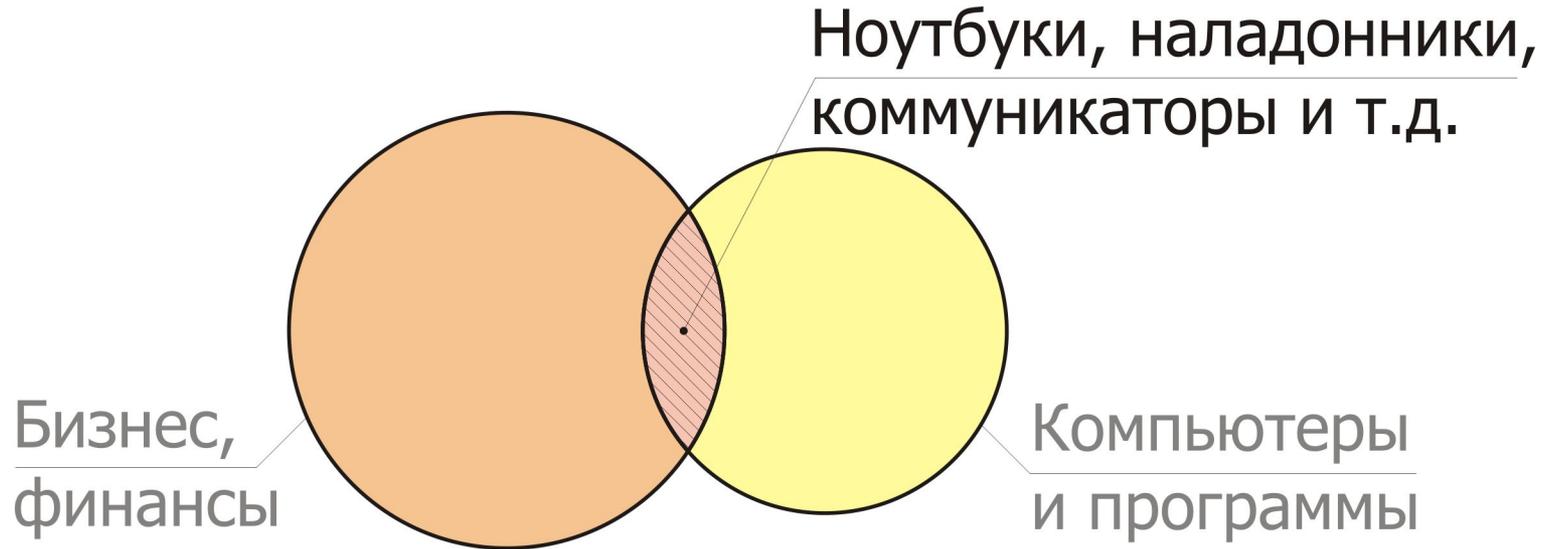
Для рекламодателя доступны более 30 готовых тематических каналов

# Готовые тематические каналы

## Суточный охват:

	Одноклассники	Soloway
Автомобили	502 622	426 801
Банковские услуги	100 108	97 571
Бизнес-леди	104 166	113 829
Дом, семья	509 002	448 699
Женщины автомобилисты	76 264	69 375
Карьера	148 513	108 914
Компьютеры и программы	253 588	248 555
Недвижимость	204 161	191 706
Спорт	59 827	47 169
Строительство и отделка	52 335	51 221
Туризм и отдых	275 093	225 504
Экономика и бизнес	371 462	407 203

## Комбинирование аудитории:



# Готовые тематические каналы

## Результаты кампаний:

	<b>CTR</b>	<b>CPC, руб</b>
Авиабилеты	0,37%	25,51
Коттеджный поселок Новорижское ш.	0,32%	36,88
Недвижимость в Подмосковье	0,29%	40,69
Мобильные телефоны	0,15%	31,47
Автомобили (отечественные)	0,23%	20,52
Автомобили (иномарки)	0,31%	15,23
Пластиковые окна	0,22%	42,91

Сайт odnoklassniki.ru, 240x400

# Особенности

Можно выбрать период активности пользователя



1-2 дня



1-4 недели



1-9 месяцев

# Особенности

Параметры выбора аудитории настраиваются независимо от параметров проведения рекламной кампании

Доступны стандартные фокусировки:

- Частота
- География
- Интенсивность
- Время

# Где разместить кампании с поведенческими таргетингами?

	Сеть Soloway	Сеть RLE	Odnoklassniki.ru, 240x400
Поисковый	+	+	
Тематические каналы	+	+	
Под заказ	+	+	
Бумеранг	+	+	-



Поведенческие таргетинги + демография

# Выводы:

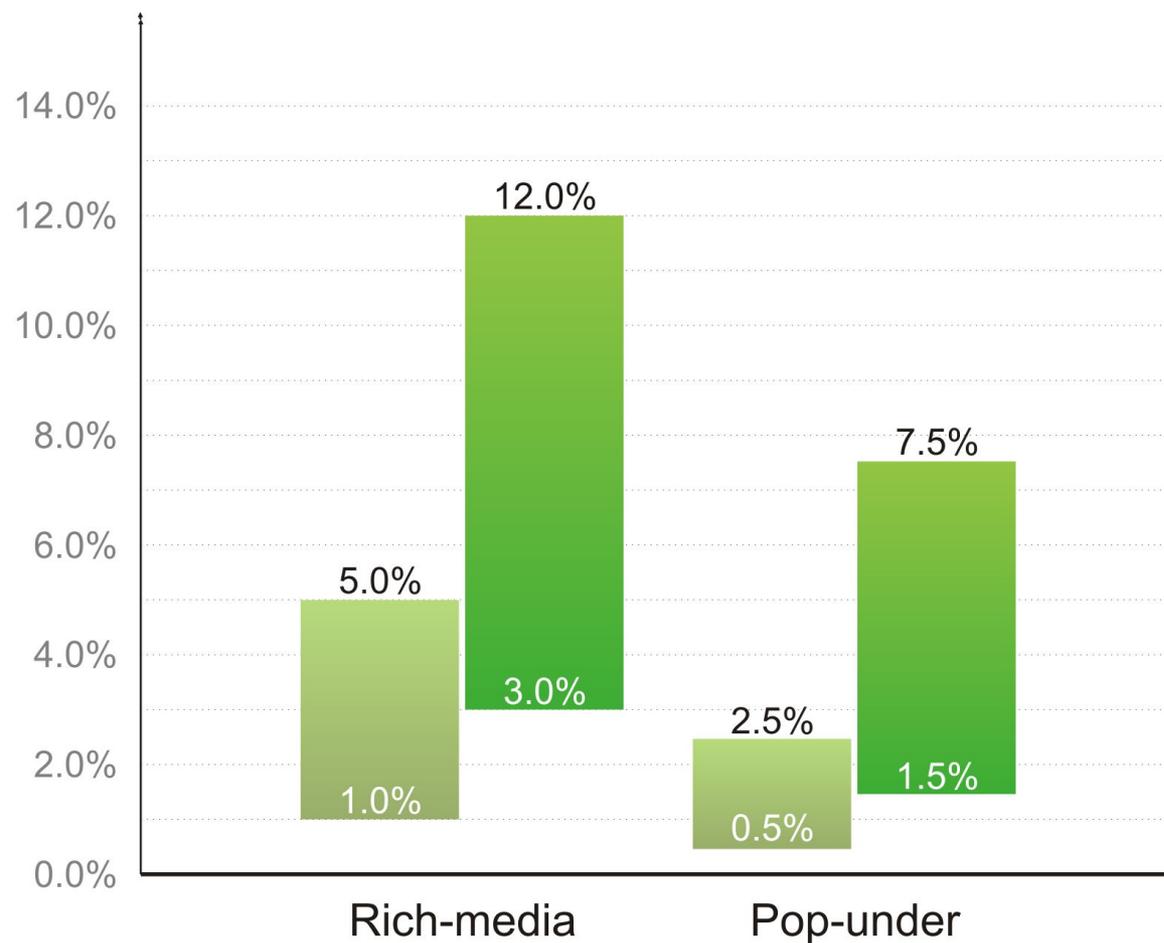
Существенное значение для результатов рекламной кампании имеет:

- показать тому, кому нужно
- в тот момент, когда нужно
- неразрывность и продуманность коммуникации

Место, где показывать баннер, играет меньшую роль, чем точный отбор аудитории

# Выводы

## Эффект поведенческих таргетингов:



# Контакты

*Есть несколько способов  
разводить сады. Лучший  
из них — поручить это  
дело садовнику.*

*Карел Чапек*

## Алексей Бондаренко

(499) 264-46-76, 264-06-53

[etarget@internest.ru](mailto:etarget@internest.ru)

[www.soloway.ru](http://www.soloway.ru)

**AD**media

*AdGravity*

**AdRiver**

**R/E** BANNER  
NETWORK

*soloway*

ГРУППА КОМПАНИЙ  
**Internest**