

Леонид Муравьев, Акавита Интерактив

Интернет-реклама для банков

Чем хороша?

Чем плоха?

Как работает?

Простые советы

О, интернет!

Первое правило интернета

Чудес не бывает!

Если что-то не работает в оффлайне,
то и в интернете оно тоже не будет работать

О, интернет!

Первое правило рекламы в интернете

**Интернет — просто
канал коммуникаций!**

Это как ТВ, радио, пресса, наружка...
Только сложнее.

Чем хорош и плох интернет

голая правда

Интернет: Чем хорош?

Быстро

Качественно

Недорого

И всё это одновременно

Интернет: Чем хорош?

Быстро

Быстро стартуем

Нет согласований, период размещения не фиксирован

Быстро вносим изменения

Актуально для «гонки ставок». Выросла ставка — поменяли :)

Быстро видим результат

Есть промежуточные показатели эффективности:

CTR, глубина просмотра сайта. Не нравится — поменяли :)

Интернет: Чем хорош?

Качественно

Качественная аудитория

30-40% имеют доход выше среднего (по разным оценкам)

Качественно новые возможности

Есть таргетинг. Есть контекстная реклама.

Качественный контроль

Можно узнать, куда потрачен каждый доллар.

Интернет: Чем хорош?

Недорого

Средняя стоимость
1000 контактов

\$1,2

Интернет: Чем плох?

Нет данных

Сложен в использовании

Ограничивает креатив

Интернет: Чем плох?

Нет данных

Объём аудиторий сайтов

Половина площадок не участвуют в белорусских рейтингах

Состав аудиторий сайтов

Максимум, что мы имеем обычно — данные самой площадки

Пересечения аудиторий сайтов

Никогда не публиковались. Пока.

Интернет: Чем плох?

Сложен в использовании

Глаза разбегаются

Медиа. SEO. Контекст. Новости. Rich-media. Спонсорство.

Технологичен

Чтобы оценивать эффективность — нужно понимать технологию.

Есть выбор

У пользователя всегда есть выбор: смотреть рекламу или нет

Интернет: Чем плох?

Ограничивает креатив

Короткий контакт

Нужно впихнуть сообщение в один взгляд

Нет пространства

Большие модули появились сравнительно недавно

Нет полноценных видео/аудио

Пока каналы узкие — видео/аудио не развились

Как работает интернет-реклама в случае банка

на самом деле

Интернет: Как работает?

Ключевой вопрос

Как ведут себя
потребители
банковских услуг
в интернете?



Разрушаем мифы

Многие считают, что клиенты получаются так:



Разрушаем мифы

Мы, как обычно, решили исследовать :)

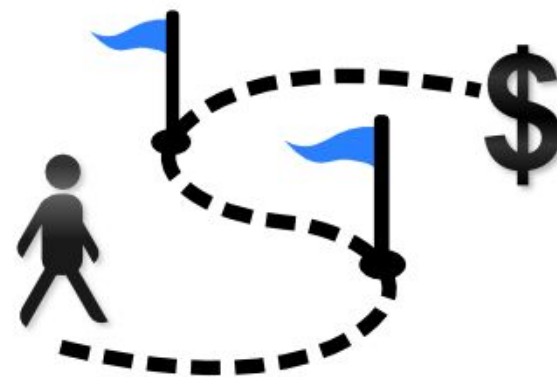
Взяли 5 сайтов банков и изучили их аудитории

а именно:

откуда приходят посетители

ключевые слова

пересечения аудиторий



Разрушаем мифы

Get the facts ©

**34% новых посетителей
ввели адрес руками**

**22% новых посетителей
искали название банка**

Разрушаем мифы

Get the facts ©

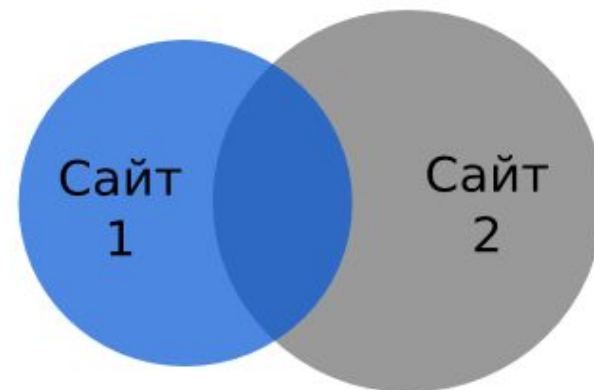
Половина новых посетителей
сайтов банков
целенаправленно искали
именно конкретный банк

Как будто только его и знали :)

Разрушаем мифы

Get the facts ©

Пересечение аудиторий
сайтов банков
15-30%



Новый посетитель в процессе выбора
посещает 3-5 банковских сайтов

Разрушаем мифы

Резюмируя

Потенциальные клиенты
выбирают из числа
нескольких **знакомых** банков

Конкретную услугу
ищет меньшинство.



Почему так

Мотивировано такое поведение тем, что:

Бизнес банка — бизнес на доверии

Знаю имя, значит больше доверяю. Парадокс, да? :)

Услуги банка — СЛОЖНЫЕ

Сложность рождает сомнения и желание глянуть варианты

Жизнь банка — конкурентная борьба

Банков много — в интернете легче сравнить предложения

Интернет: Как работает?

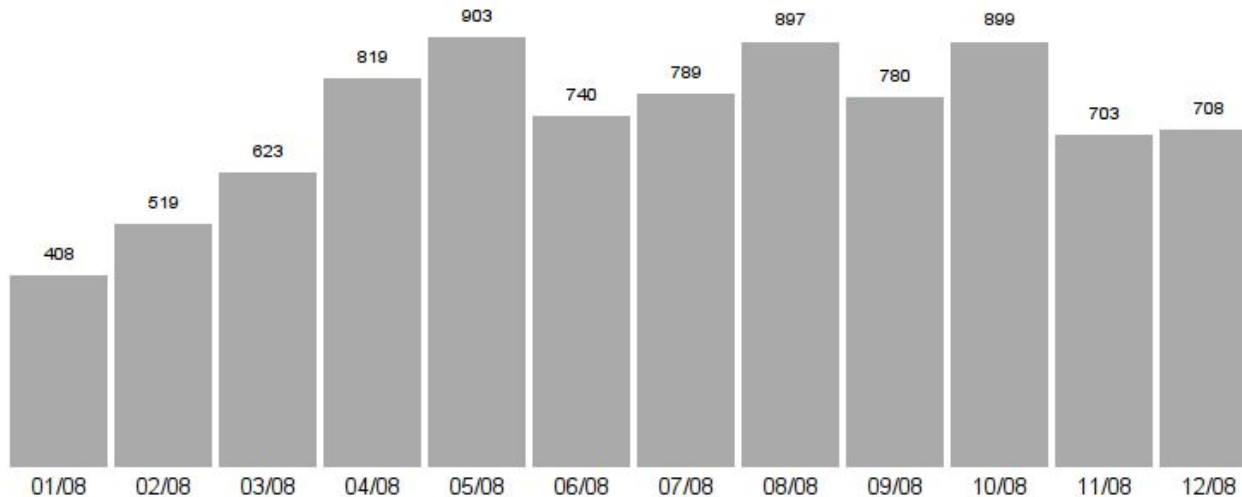
Знание о банке —
ключевой показатель
эффективности

Рост знания — результат медийной
рекламы. Как онлайн, так и оффлайн

Интернет: Как работает?

Общеизвестное, но дела это не меняет

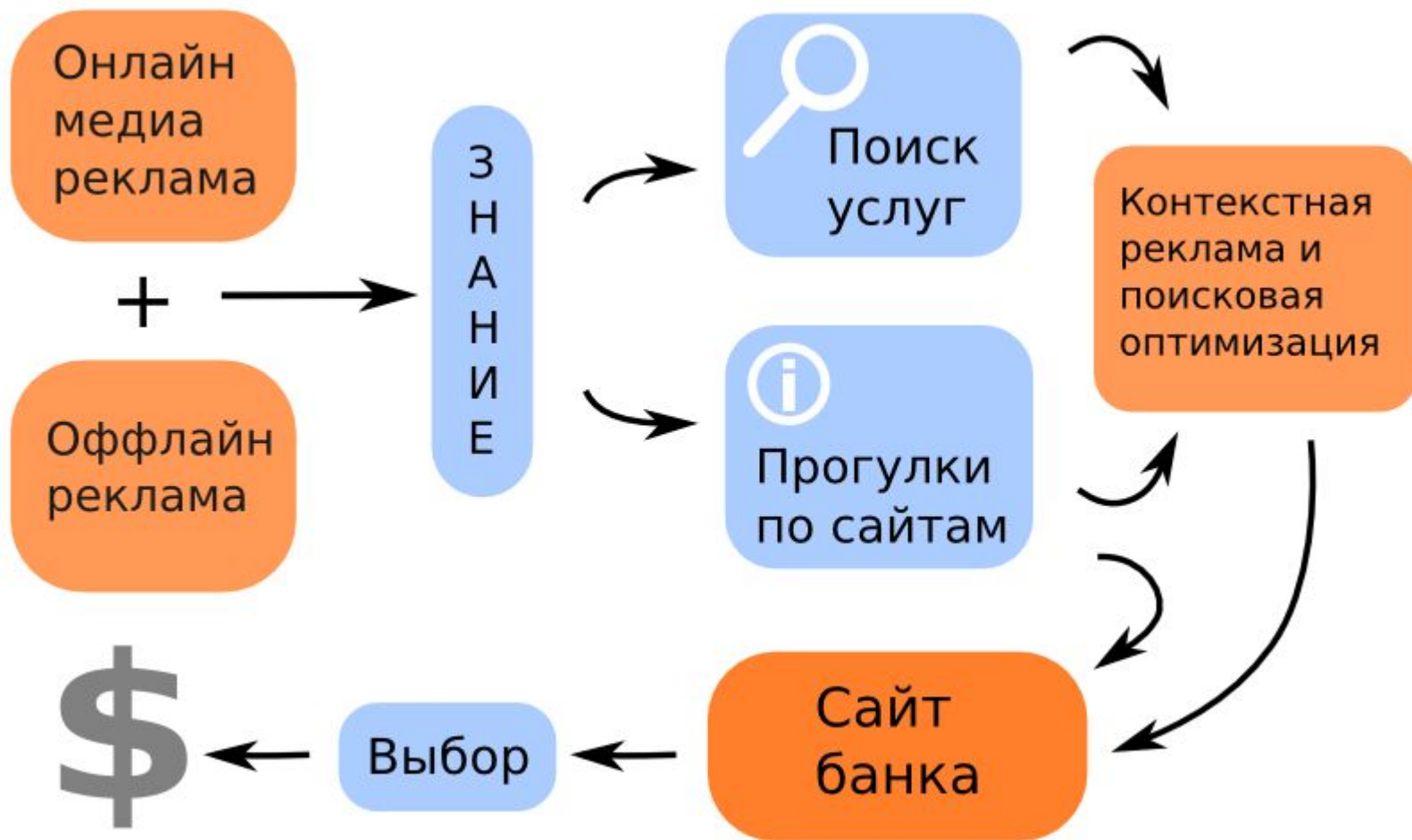
Знание можно оценить по приросту
числа поисков по названию банка



<http://wordstat.yandex.ru>

и

Схема работы интернет-рекламы



Интернет: Эффективность

Два типа эффективности

Текущая эффективность

Эффективность по факту

Интернет: Эффективность

С эффективностью по факту всё также, как в оффлайне.

Для текущей эффективности у нас есть:

Точные OTS

Посещаемость

CTR

Глубина просмотра

VTR

Целевые посещения

Интернет: Конкретика

Ключевой вопрос

На что обратить
внимание при
размещении
интернет-рекламы?



Ахиллесова пята

Чтобы медиапланировать, нужны данные

«Тематическое»
и «доверительное»
медиапланирование
недалеко ушли
от гадания



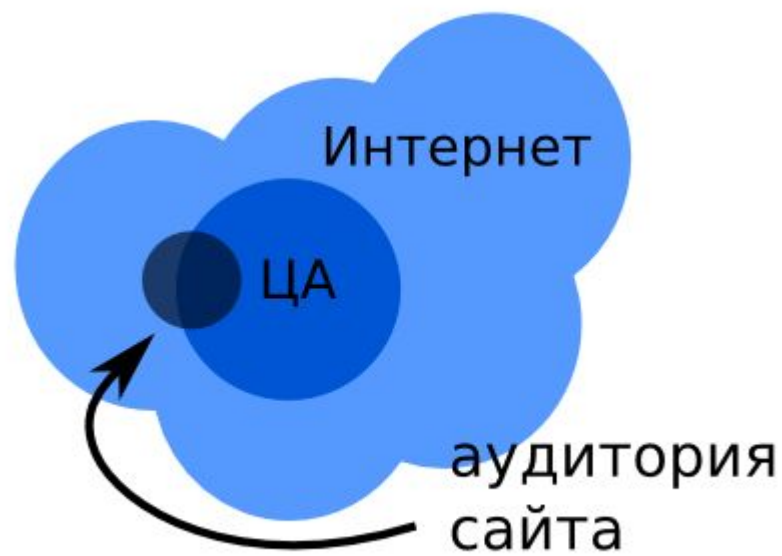
Но и без данных есть
над чем работать

Моносайтовость

Один сайт — это недостаточно всегда

Банку нужен охват!

Один сайт охвата не даст



В декабре и ноябре 2008
50% банков
размещались
только на 1 сайте

Сентябрь

Октябрь

Ноябрь

Декабрь

1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.



9.



10.



Чем больше, тем заметнее

80% бюджетов уходит на
форматы 468x60 и меньше

Мерник Акавиты

Чем больше, тем заметнее

TUT.BY
БЕЛОРУССКИЙ ПОРТАЛ

2 0,08%

АВТОРИЗАЦИЯ

Имя ***** Почта M >>>

Помощь Забыли пароль? Регистрация

- || Рубрикатор
- || Добавить фирму
- || О проекте

1
0,12%

828 ЖЕЛТЫЕ СТРАНИЦЫ

Предприятия Найти

Товар, услуга Название компании Найти

Добывающая и топливно-энергетическая промышленность
Газ. Производство, доставка и оборудование, Добыча сырьевых ресурсов для промышленности, Нефть. Продукты переработки ...

Легкая промышленность
Кожа и мехо. Изделия из кожи и меха, Текстиль, Швейные изделия

Лесная промышленность. Мебель и продукция деревообработки
Лесная промышленность, Мебель, Продукция деревообработки

Машиностроение
Автомобильное, Машиностроение для пищевой и легкой промышленности, Бытовая техника, Оборудование общего назначения ...

Металлургия и металлообработка. Изделия из металла
Металлообработка. Изделия из металла, Металлургия

Наука, культура и образование
Культура, Наука. Научные организации, Образование ...

Органы власти и управления
Международные организации и дипломатические представительства, Органы государственной власти и управления, Органы контроля и регулирования ...

Прочие отрасли промышленности
Культурно-бытовые товары, Продукция промышленного назначения, Сбор и переработка вторичного сырья

Сельское хозяйство и продовольствие
Перерабатывающая промышленность АПК, Пищевая промышленность и продукты питания, Сельское хозяйство

Строительство, строительные материалы, стекло, керамика
Строительные материалы и изделия. Стекло, Строительство

Транспорт и связь
Воздушный и водный транспорт, Возмогательная и дополнительная транспортная деятельность, Связь - услуги ...

Услуги
Автосервис, Бытовые услуги, Гостиницы. Временное проживание ...

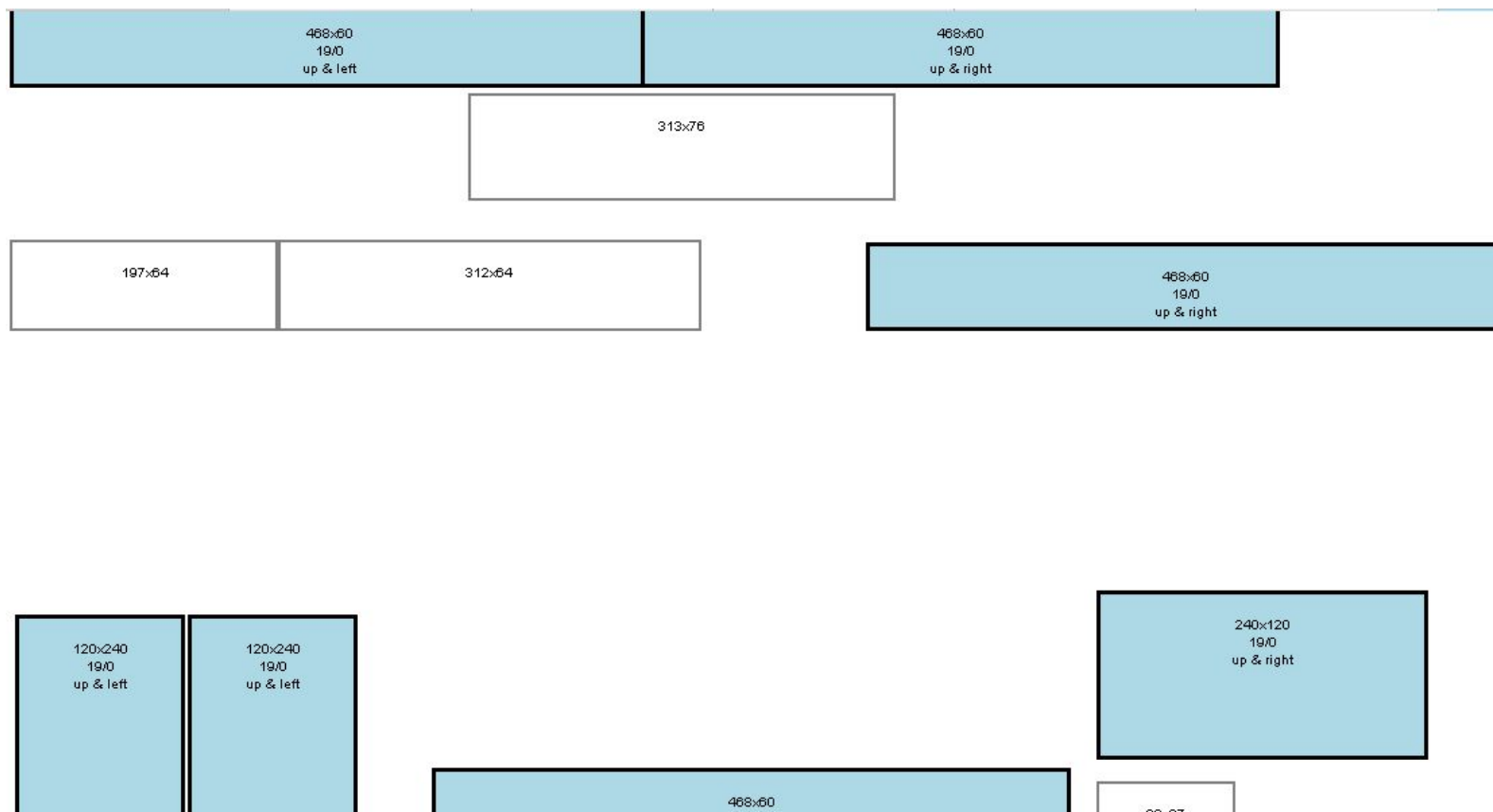
Химическая промышленность. Фармацевтика
Бытовая химия и парфюмерия, Изделия из пластика и резины, Прочая продукция химического производства ...

Целлюлозно-бумажное производство. Издательская деятельность
Издательская деятельность и полиграфия, Целлюлозно-бумажное производство

Электрооборудование, электронное и оптическое оборудование
Аппаратура для радио, телевидения и связи, Вычислительная техника и офисное оборудование, Электрические машины и электрооборудование ...

Новогодняя ёлка

Именно так видит сайт робот Мерника :)



Пульсация и её роль

Что лучше — неделя подряд или 7 дней вразнобой?

1 день главной тутбая —

10% охвата белорусского интернета

Но 2 дня — не всегда 20%

Пульсация и её роль

Конкретный пример с цифрами

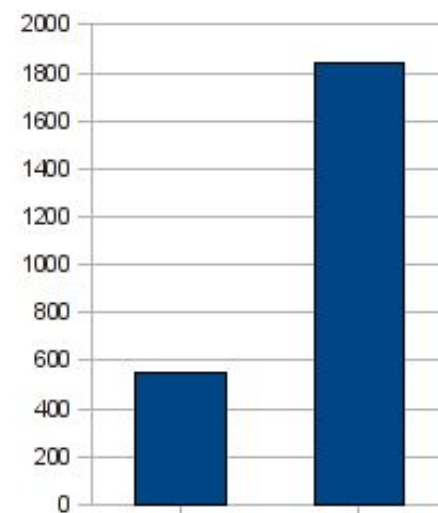
Автосайт. Внутренние
страницы

2 недели, 100% показов

547 переходов на сайт

4 недели, 50% показов

1843 перехода на сайт



У кого ролик длиннее

Национальная флэш-аниматорская игра

Меньше минуты проводит средний посетитель на странице сайта

20-30 секунд нередко длится ролик в баннере

2-3 баннера находится в среднем на странице сайта

Вопрос: что увидит посетитель?

Компактный
дерзкий
привлекательный

5 секунд до появления кадра 2

Стильная
внешность

4 секунды до появления кадра 3

Просторный салон

3 секунды до появления кадра 4

Функциональная
безопасность

2,5 секунды до появления кадра 5

NISSAN QASHQAI

2 секунды до появления кадра 6

Он идеален
в городских джунглях

3 секунды до появления кадра 7

NISSAN
бросая вызов городской стихии

3 секунды до появления кадра 8

ТОЛЬКО
В АВТОЦЕНТРЕ

НИССАН
НА КУПРИАНОВА

(017) 208 57 07

длится 2,5 секунды

Итого: 25 секунд

Бренд: 7,5 секунд

Интернет: Резюмируя примеры

Даже если нет данных, можно

Увеличить **число сайтов и охват**

Использовать **большие площади**

Отказаться от **перегруженных сайтов**

Оптимизировать **пульсацию**

Делать **короткие баннеры**

Леонид Муравьев, Акавита Интерактив
+375 29 6368386
lm@akavita.com

Большое человеческое
Спасибо!