

Яндекс

Золотая середина

Николай Шестаков

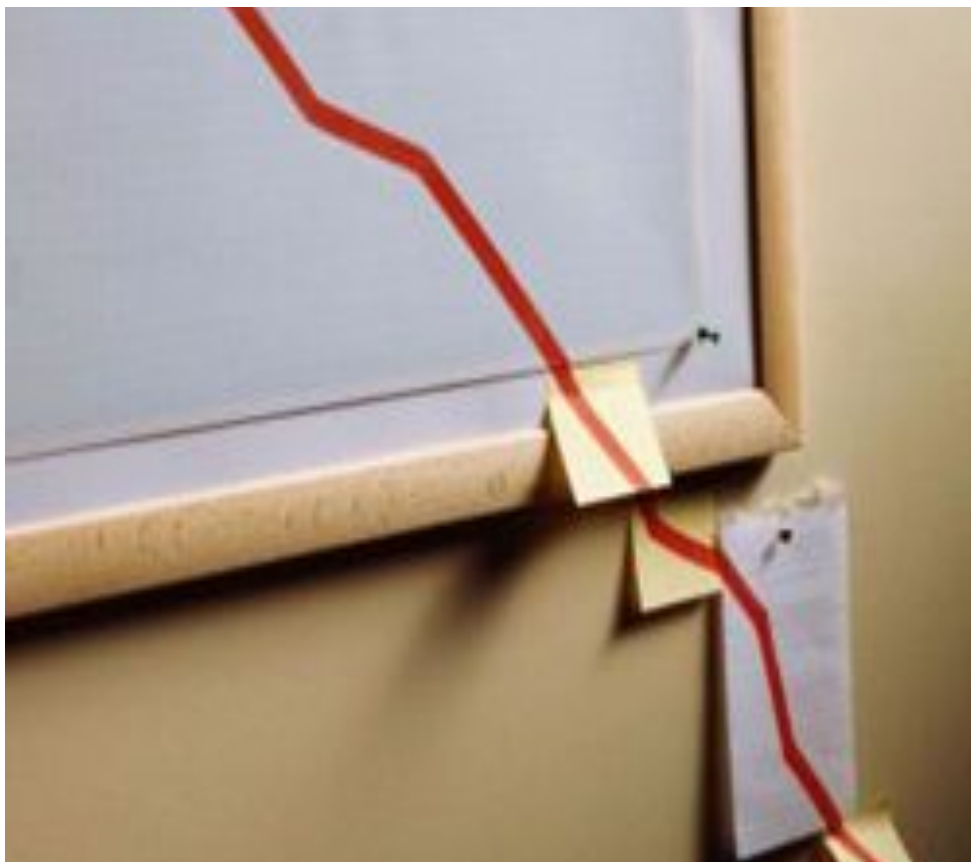


«Я точно знаю, что половина моих рекламных денег тратится впустую, вот только не знаю – какая»

Джон Вандермейкер

Я

Говорят, кризис?



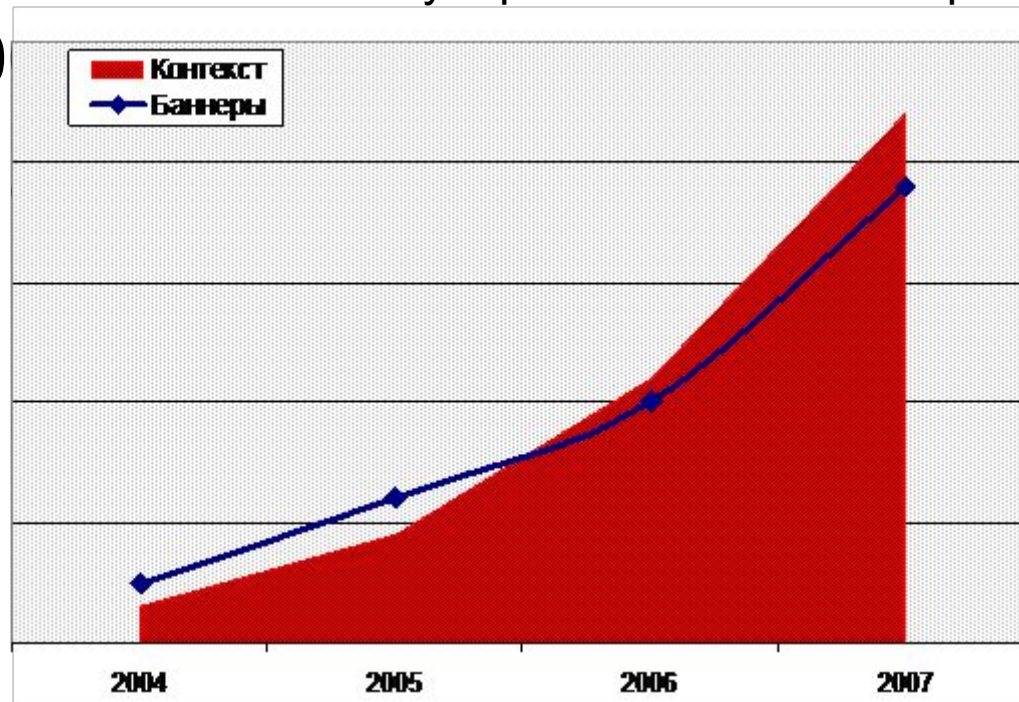
Я

Тенденции онлайн-рекламы

❖ 2006: контекстно все!

- ✓ Контекстная реклама выросла в 2.5 раза и обогнала по оборотам медийную (\$110M* vs \$100M*)
- ✓ Рост медийной рекламы – 67-70%
- ✓ Повсеместная популярность контекстной рекламы

❖ 20



е за год

еть?

*) По данным АКАР

Контекст – наше все

На волне массового интереса к контекстной рекламе бренды ринулись покупать контекст.

И обломались.

Потому как неудобно и непонятно.

- **Медийный контекст – класс продуктов, созданный для брендов, с учетом их интересов и потребностей.**

Это контекст.

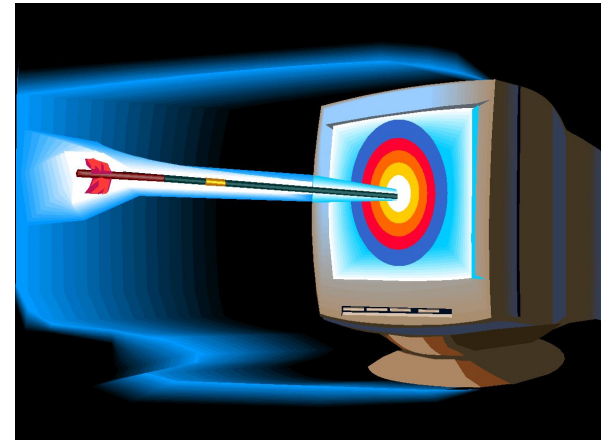
Но специально заточенный для брендов.

Контекст и бренды

На волне массового интереса к контекстной рекламе бренды тоже пришли в контекстную рекламу.

Но традиционные - массовые - продукты для них **неудобны**:

- *Текст* ограничивает средства выразительности
- Для управления требуются **профессиональные навыки**. Контекстные системы сложны и непонятны
- Сложности планирования, низкая **предсказуемость кампаний**
- Риск потери уникальности бренда

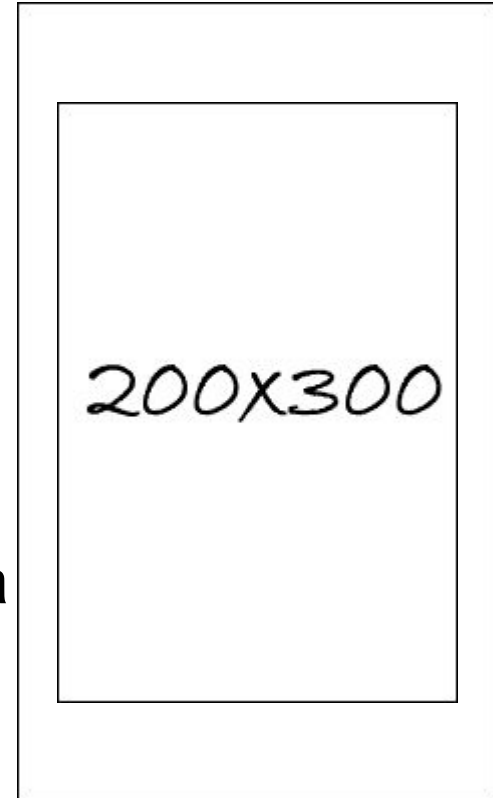


Медийный контекст – продукт, созданный для брендов, с учетом их интересов и потребностей.

Почему МКБ хорош для брендов?

1. Это баннер

- Графический формат дает возможность задействовать больше каналов восприятия для создания «ощущения бренда», формирования имиджа, показа «товара лицом»
- Крупный формат – заметен на сайтах:
200x300 + 240x400 пикс.



Почему МКБ хорош для брендов?

1. Это баннер

2. Медийный продукт

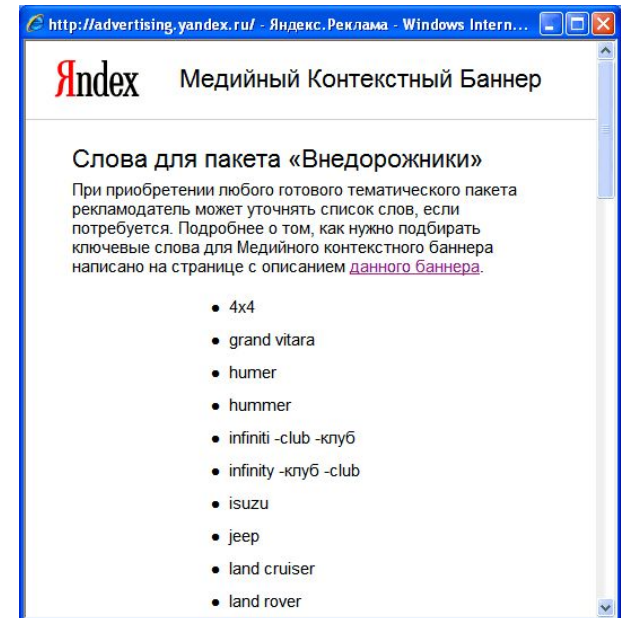
Создан для решения медийных задач и потому обладает качествами, характерным для медийных продуктов:

- *Reach*: максимизация охвата
- *Frequency*: оптимизация (ограничение) частоты
- *OTS*: обеспечение бренду **контактов** с ЦА (продажа по CPM)



Почему МКБ хорош для брендов?

1. Это баннер
2. Медийный продукт
3. **Контекстный, но простой**
 - Охват **тематической** аудитории
 - Комбинирует в себе **эффективность** поискового и **широту охвата** тематического размещения
 - Готовые **тематические пакеты** (с возможностью настройки под нужды конкретного бренда)



Почему МКБ хорош для брендов?

1. Это баннер
2. Медийный продукт
3. Контекстный и простой
4. **Удобен для клиентов ...
и для агентств**
 - Размещение флайтами
 - Возможность планирования
 - *Медийная* система скидок
 - Учет в медийных оборотах агентства



Почему МКБ хорош для брендов?

1. Это баннер
2. Медийный продукт
3. Контекстный и простой
4. Удобен для клиентов и для агентств

5. Сетевое размещение

- Медийная сеть Яндекса (МСЯ) – Сеть с хорошим реноме
 - значительное расширение охвата (охват - больше, чем на поиске и на любом тематическом сайте)
 - принимаются только приличные сайты
 - место размещения баннера фиксировано



Медийная сеть Яндекса

Список площадок по категориям

АвтоДинер
Программы обеспечения для автомобилей
Новости сайта AutoDiner.ru

переделка TV
ПЕРЕДЕЛАТЬ МОЖНО ВСЕ И ВЕЗДЕ!
Выбор объекта

ДЕНЬГИ
Топ-10 самых дорогих снимков в истории папарацци
Эксперты считают, что в конце года укрепление рубля вынудит...

LIFE CONCEPTS
Загородная недвижимость
Строительство и обустройство
Аренда недвижимости

TENDERS.RU
Успешно то, что вы хотите слышать
КАКИЕ ЦЕНДОРЫ ПО ПЕЧАТАМ

TURIZM.RU
Обучение и семинары
ЛЕТНИЙ ДЕТСКИЙ ОТДЫХ



Как управлять?

✓ Оперативно

✓ Индивидуально

✓ 24/7/365

✓ НЕ СЛОЖНО

The screenshot shows the Yandex Direct management interface for a campaign named "мкб 1". The interface is in Russian and displays various campaign details and active banners.

Кампания "мкб 1"
Контекстный таргетинг

№ заказа: 1377965, [баннеры](#)
Начало: 05.09.2008
RF: 3 раза за 28 дней

Оплачено показов (тыс.): 224.000
Осталось показов (тыс.): 1.132

Статус: Идут показы
Клиент: Olga Ryden (forexcom-trussia)
Менеджер: Дороница Ангелина

Баннеры: Активные (2) На модерации Отключенные Остановленные Архив Все (2) Черновики

Баннер / № и / Формат / Статус	Показы, тыс.	Клики	CTR(%)
Тема(изменена) : Финансы / Акции			
Регионы: Россия, СНГ (исключая Россию) (кром.: Беларусь, Киргизия, Молдова, Таджикистан, Туркмения, Узбекистан, Украина), Европа, Азия, Северная Америка, Южная Америка, Австралия и Океания			
Ключевые фразы			
1. № T-873 200x300_us_dollar.gif Реактивировать Остановить	164.969	733	0.44
2. № T-1689 isopog_200x300_ru3.gif Реактивировать Остановить	57.899	258	0.45



Заголовок

↑ Важность для
рекламодателя

- ❖ Подробная статистика
- ❖ Возможность интерактива
- ❖ Охват
 - ❖ Заинтересованность аудитории
- ❖ Нацеливание на ЦА
- ❖ Оперативность изменений
- ❖ Быстрый старт

→ Возможности
канала

- Статистика (тираж, AiR)
- Никакого интерактива
- Охват
- Заинтересованность
- Сложность изменения макета
- Необходимость заранее планировать

Я

- ❖ Интернет
- Печатные издания

Как использовать?

Традиционные маркетинговые задачи нишевых брендов

- Продвижение бренда на аудиторию, интересующуюся данной тематикой (нишевый брендинг)
- Вывод нового нишевого продукта
- Стимулирование продаж в комбинации с брендингом



Кто есть на рынке?

Медийный баннер в контекстных системах

- Google
- Бегун/Рамблер

Сети контекстной баннерной рекламы

- Rorer
- RLE/Adriver

Ведущие Тематические площадки

- Auto.ru, Autonews.ru, DRIVE.RU, ...
- Леди@Mail.ru, Cosmopolitan, WWWomen.ru, ...
- Doctor.ru, mama.ru, ...

МКБ : истории размещений



Клиент : Volkswagen

Цель : Закрепление знания о бренде в нише автомобилей среднего класса

Тематический пакет : Автомобили (средний класс)

Период размещения : 2 недели

Геотаргетинг : Москва, Московская область, Санкт-Петербург.

Показы : 108 000

CTR : 1,04%

МКБ : истории размещений



Клиент : iPhone

Цель : Привлечение конечных покупателей

Тема : iPhone (индивидуальный пакет)

Период размещения : 4 недели

Геотаргетинг : Москва и Московская область

Показы : 80 000

CTR : 11%

Пример: медийно-контекстный баннер



Клиент : Техносила

Цель : Использование рекламной активности конкурентов в своих интересах

Запросы: mvideo, горбушка, горбушкин двор, м видео, м видио, магазин видео, магазин электроники, мвидео, мвидио, мир бытовая техника, мир магазин, мир техники

Показы : 32 000

CTR : 6,2%

Спасибо за внимание!
Вопросы, пожалуйста.



Я

ЯНДЕКС

Николай Шестаков

адрес: 111033, Россия, Москва,
ул. Самокатная д.1, стр. 21.

телефон: +7 (495) 739-22-22

факс: +7 (495) 739-23-32

эл. почта: shen@yandex-team.ru