

ЭФФЕКТ СИНЕРГИИ

ВЗАИМНОЕ ВЛИЯНИЕ КАНАЛОВ
ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ

25.03.10



Ашманов
и партнеры

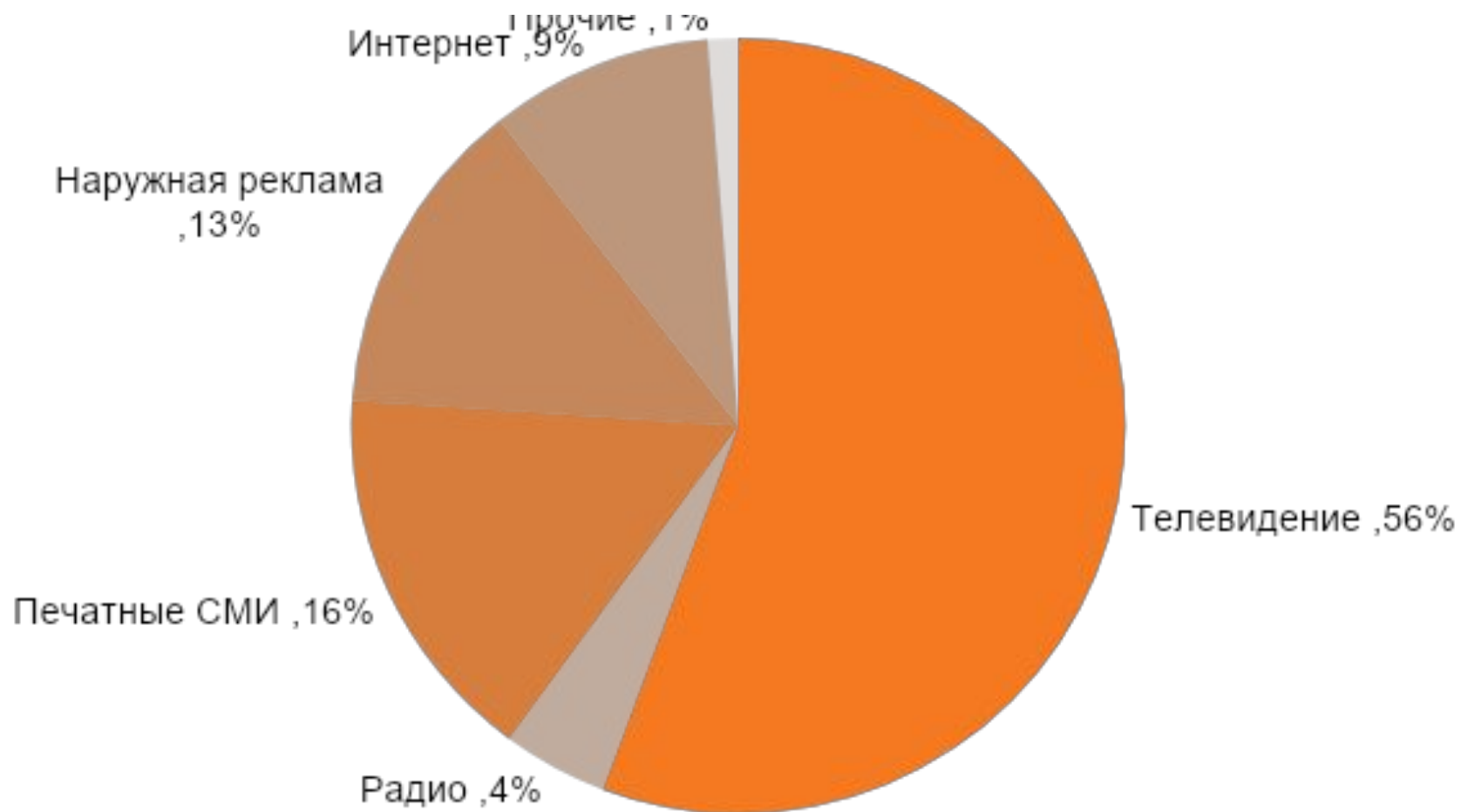


Ашманов
и партнеры

25.03.10

2

РЕКЛАМНЫЙ РЫНОК В РОССИИ В 2009 СОСТАВИЛ 204,2 МЛРД.Р. (ATL-СЕГМЕНТ)



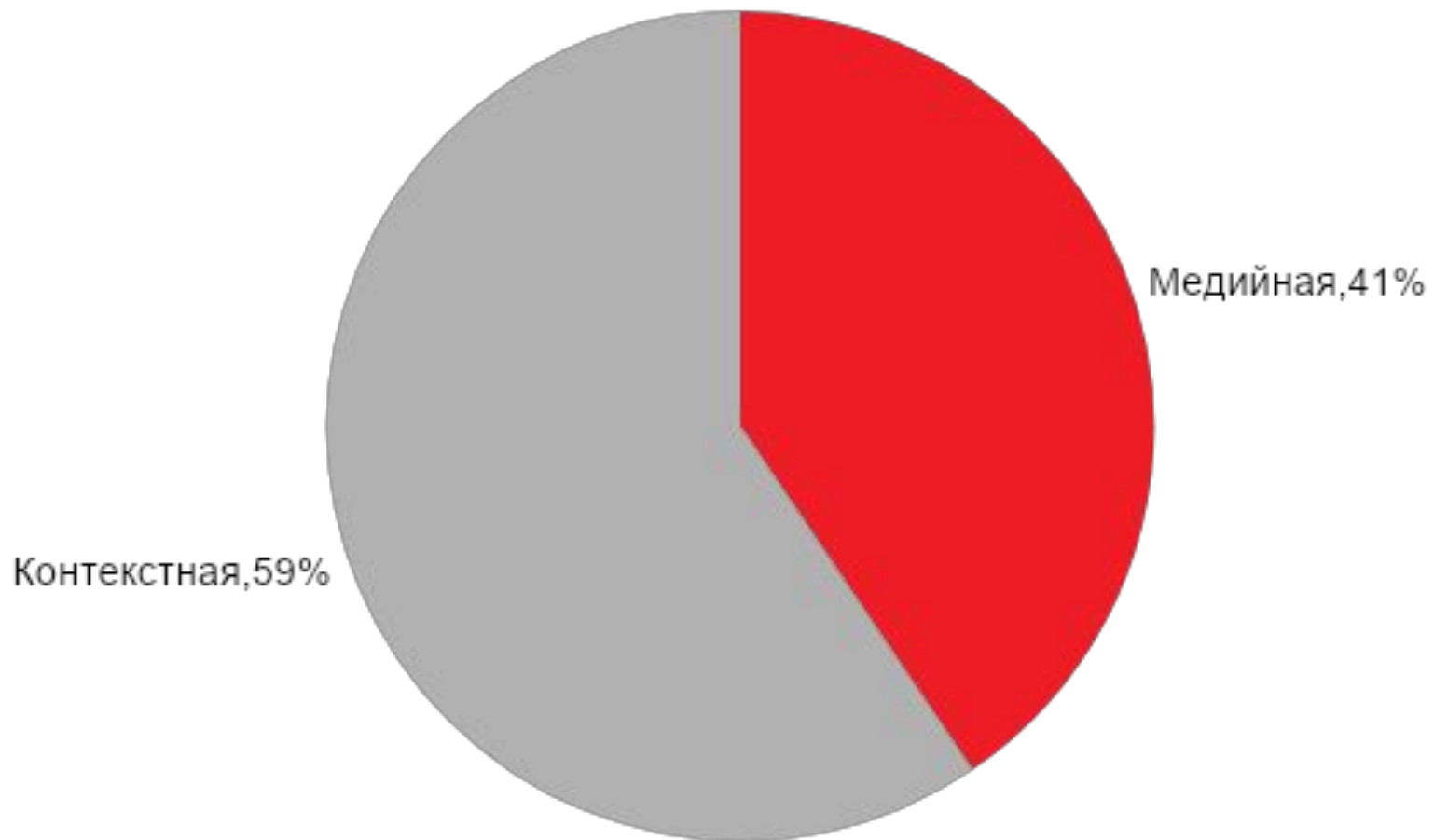
Источник: АКАР



Ашманов
и партнеры

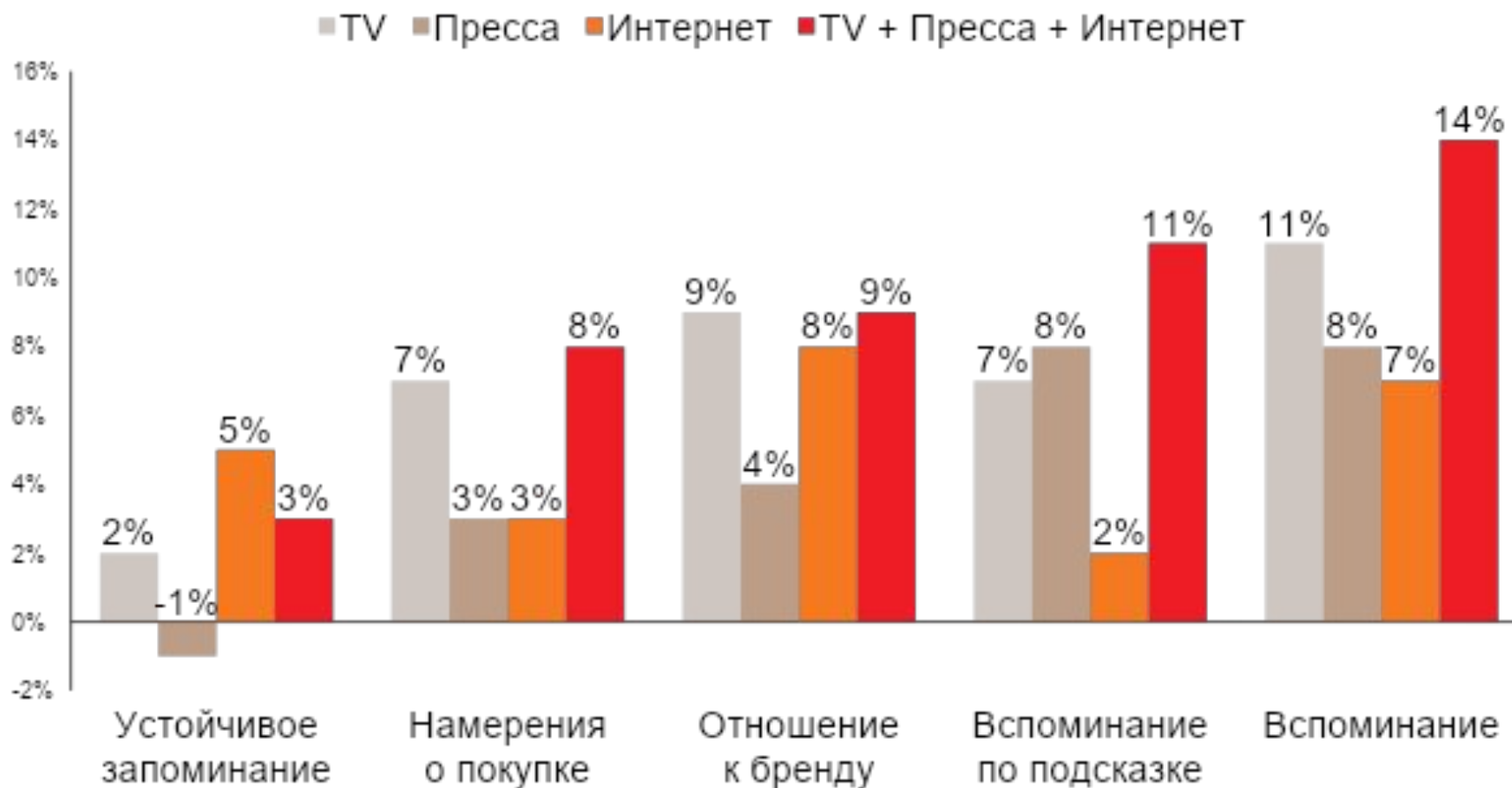
25.03.10

ОБЪЕМ РЫНКА ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ В 2009 ГОДУ – 19 МЛРД.





ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ ПОВЫШАЕТ ЭФФЕКТИВНОСТЬ КАМПАНИИ



Источник: MetrixLab и Forrester Research, Inc.



ИНТЕРНЕТ – МЕДИАСРЕДА

Основные способы воздействия:

- Медийный
- Контекстный
- Социальный
- Контентный

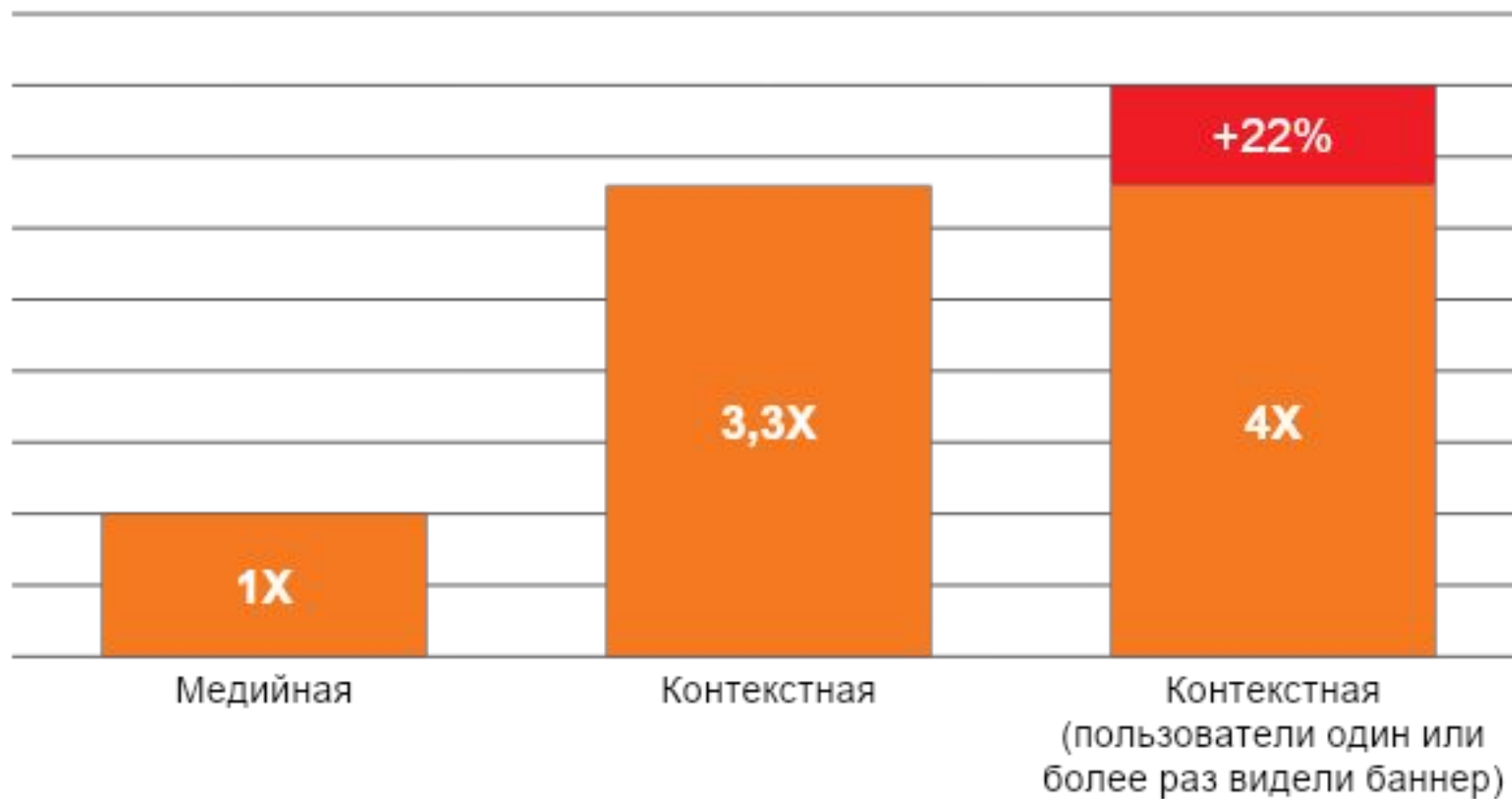


Ашманов
и партнеры

25.03.10

6

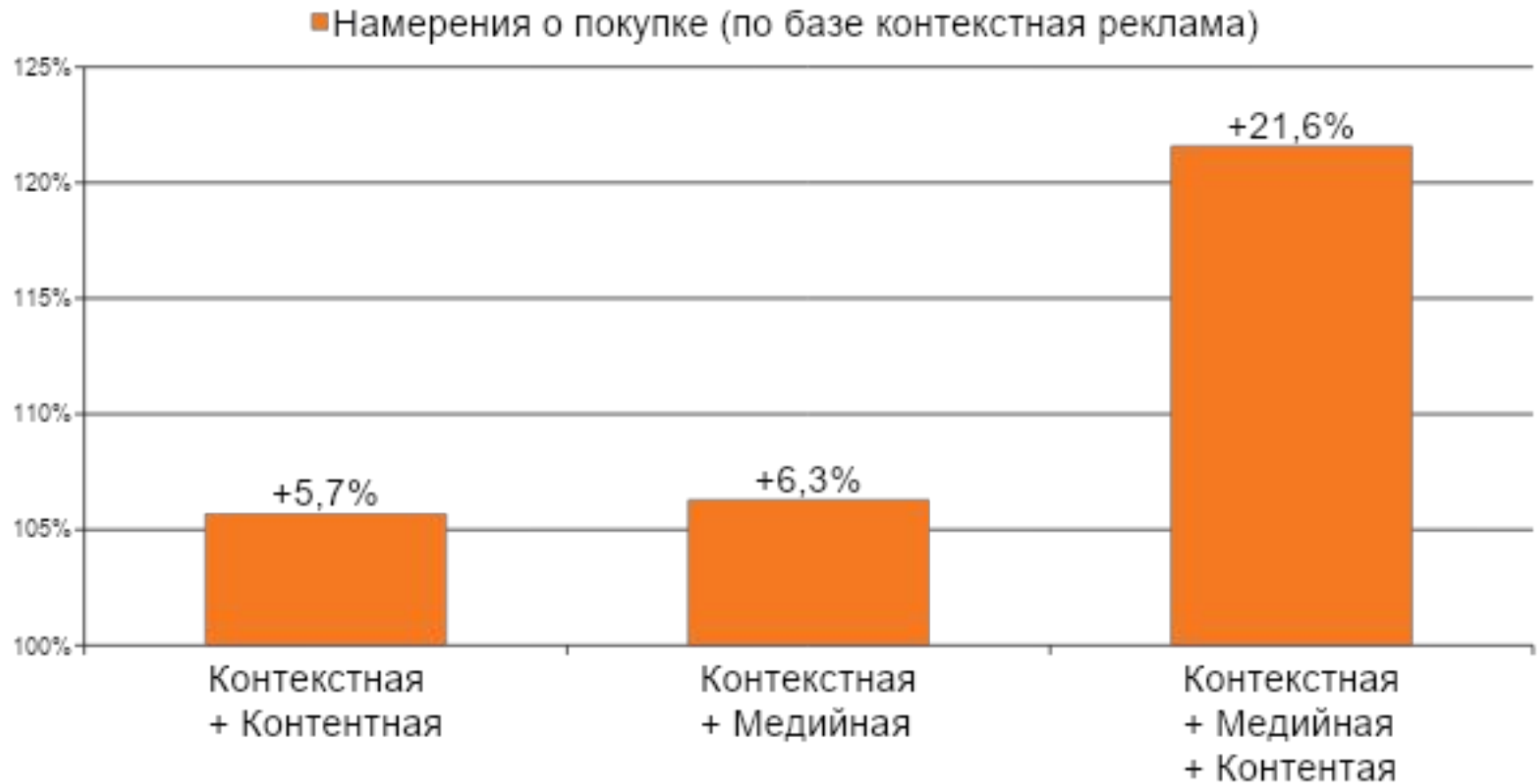
ВЛИЯНИЕ МЕДИЙНОЙ РЕКЛАМЫ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ КОНТЕКСТНОЙ



Источник: Atlas Institute



ИЗМЕНЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИ КОМБИНАЦИИ НЕСКОЛЬКИХ КАНАЛОВ





ВАРИАНТЫ РЕАКЦИИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ НА МЕДИЙНУЮ РЕКЛАМУ





Ашманов
и партнеры

25.03.10

9

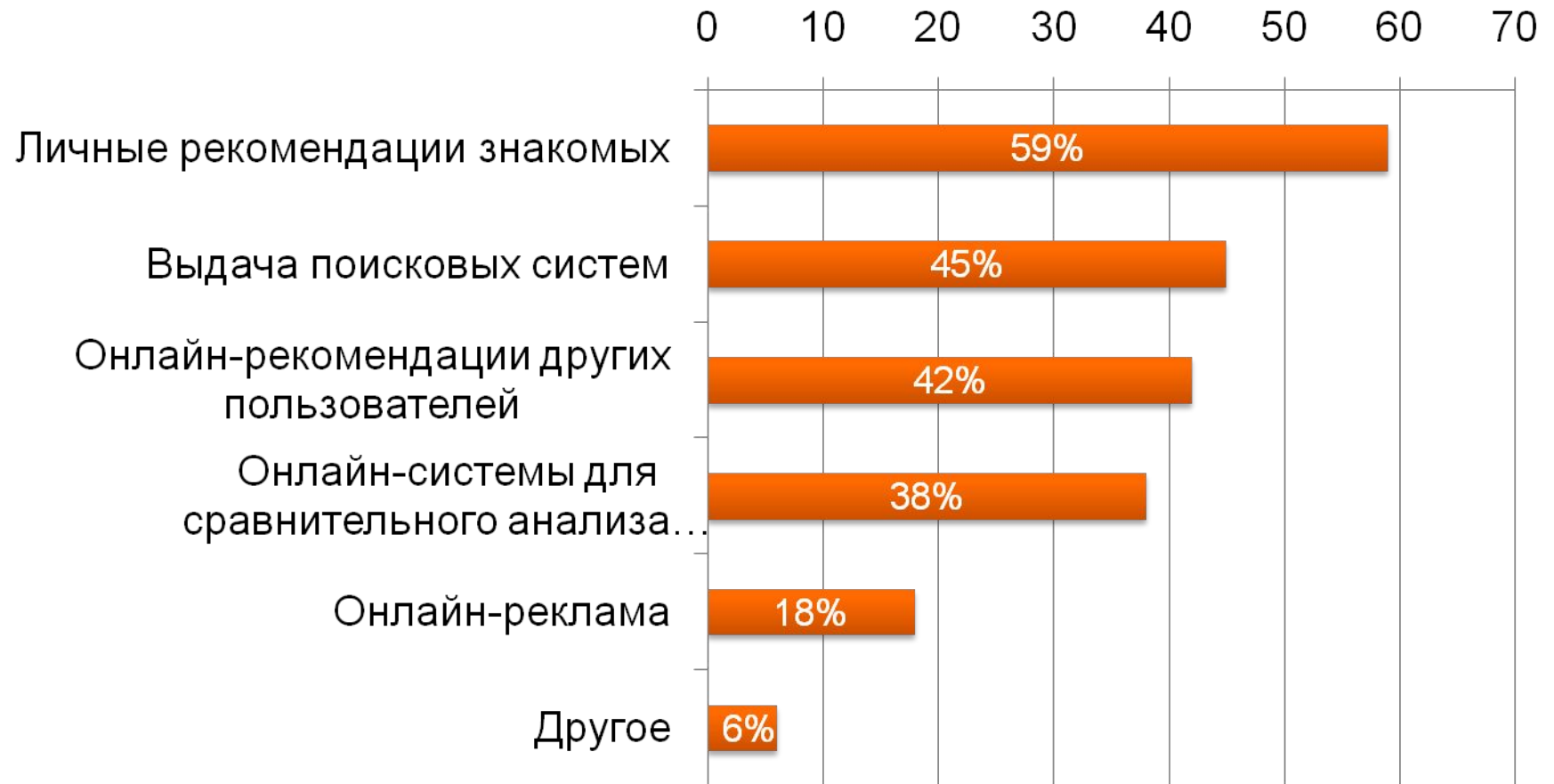
ВЛИЯНИЕ СОЦ.МЕДИА НА ОТКЛИК КОНТЕКСТНЫХ КАМПАНИЙ НА ПОИСК



Источник: GroupM Search и comScore



ЧТО ВЫ УЧИТЫВАЕТЕ ПРИ ВЫБОРЕ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА





ЧТО ВАЖНО

- Воздействовать через несколько каналов одновременно
- Потребитель интернет-рекламы активен
- Поисковая оптимизация и продвижение в социальных медиа - сопровождение любой маркетинговой активности

СПАСИБО!

Михаил Шумаков
Руководитель отдела
комплексных проектов
shumakov@ashmanov.com

Информация о компании,
услугах и технологиях
www.ashmanov.com

Анализаторы
поисковиков
www.analyzethis.ru



Ашманов
и партнеры