Реклама в интернете: делимся секретами.

Конференция «Сеть для маркетолога: как поймать клиента»
30 марта 2012 г.

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

1. Таргетинг

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Тенденции интернет-рекламы в 2012 году

1. Таргетинг

Вся аудитория пользователей
Количество – 100 человек

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Тенденции интернет-рекламы в 2012 году

1. Таргетинг

Вся аудитория **пользователей**
Охват 100%

Количество – 100 человек
Стоимость клика – 10 рублей

Стоимость кампании
100x10 = 1000 рублей

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Тенденции интернет-рекламы в 2012 году

1. Таргетинг

Только мужчины
Охват 60%

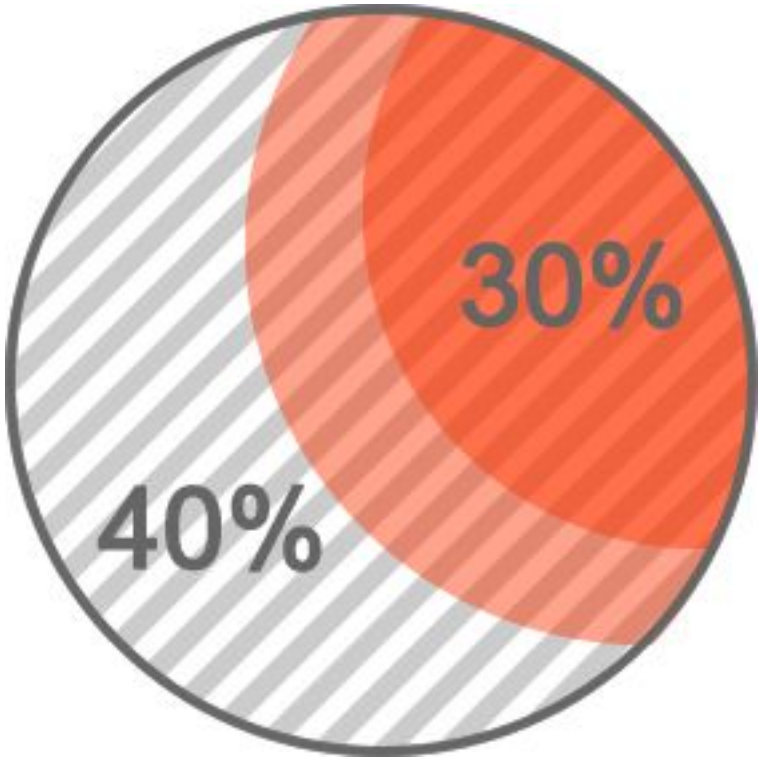
Количество – 60 человек
Стоимость клика – 15 рублей

Стоимость кампании
60x15 = 900 рублей

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Тенденции интернет-рекламы в 2012 году

1. Таргетинг



Только мужчины
от 20 до 30 лет
Охват 30%

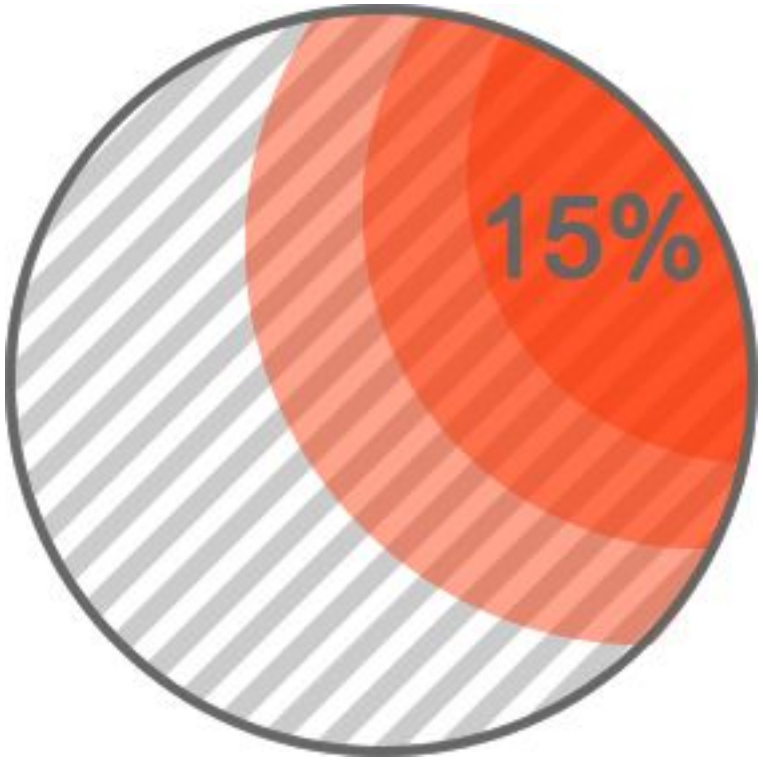
Количество – 30 человек
Стоимость клика – 20 рублей

Стоимость кампании
30x20 = 600 рублей

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Тенденции интернет-рекламы в 2012 году

1. Таргетинг



Только мужчины
от 20 до 30 лет
выходящие в интернет
с 19.00 до 24.00
Охват 15%

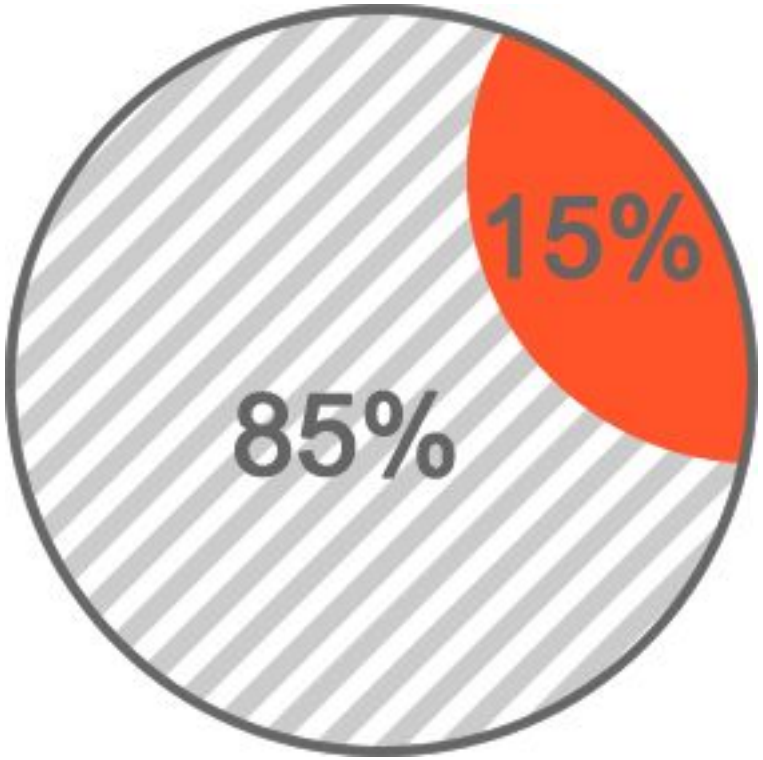
Количество – 15 человек
Стоимость клика – 30 рублей

Стоимость кампании
15x30 = 450 рублей

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Тенденции интернет-рекламы в 2012 году

1. Таргетинг



Итог:
Нужная аудитория пользователей - всего 15%

Стоимость клика для нужной аудитории
30 рублей (в 3 раза больше)

Экономия стоимости
1000 - 450 = 550 рублей
(заплатим в 2 раза меньше)

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

2. Борьба за внимание аудитории

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Тенденции интернет-рекламы в 2012 году

2. Борьба за внимание аудитории

60% пользователей имеют аккаунты в 2 и более соц. сетях

45% пользователей подписаны на 3 и более рассылки новостей

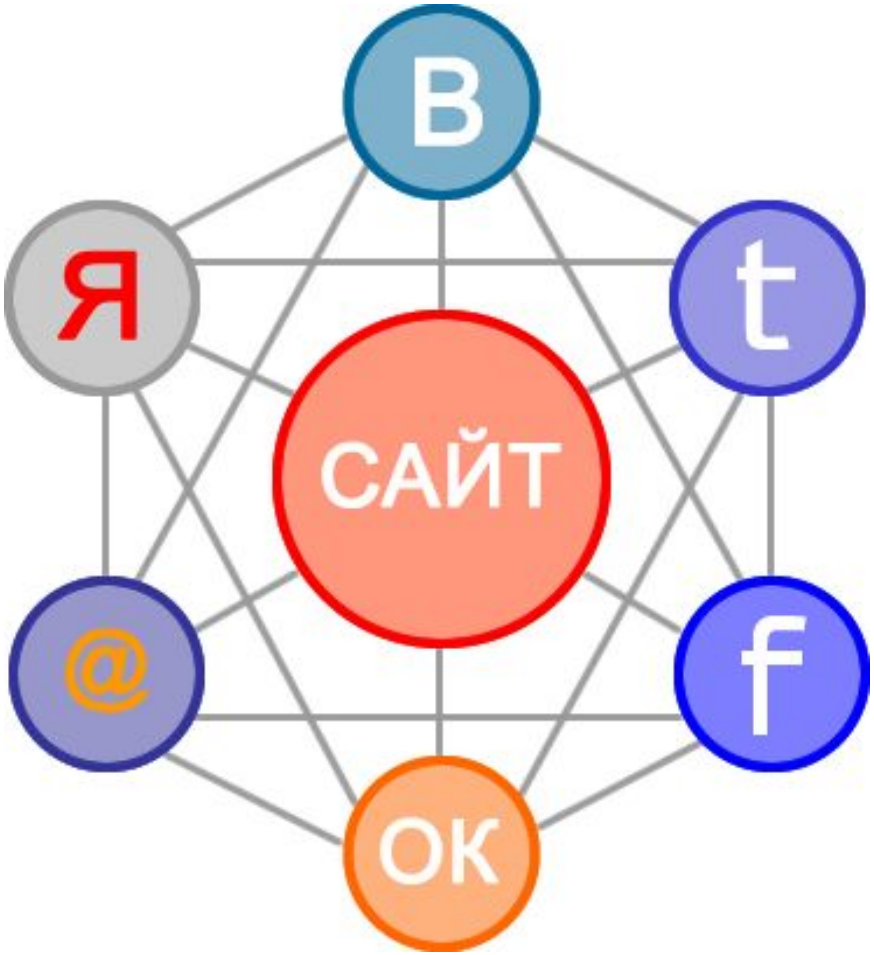
© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

3. Круговое продвижение

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Тенденции интернет-рекламы в 2012 году

3. Круговое продвижение



Сайт компании становится

одной из нескольких

платформ для взаимодействия с аудиторией

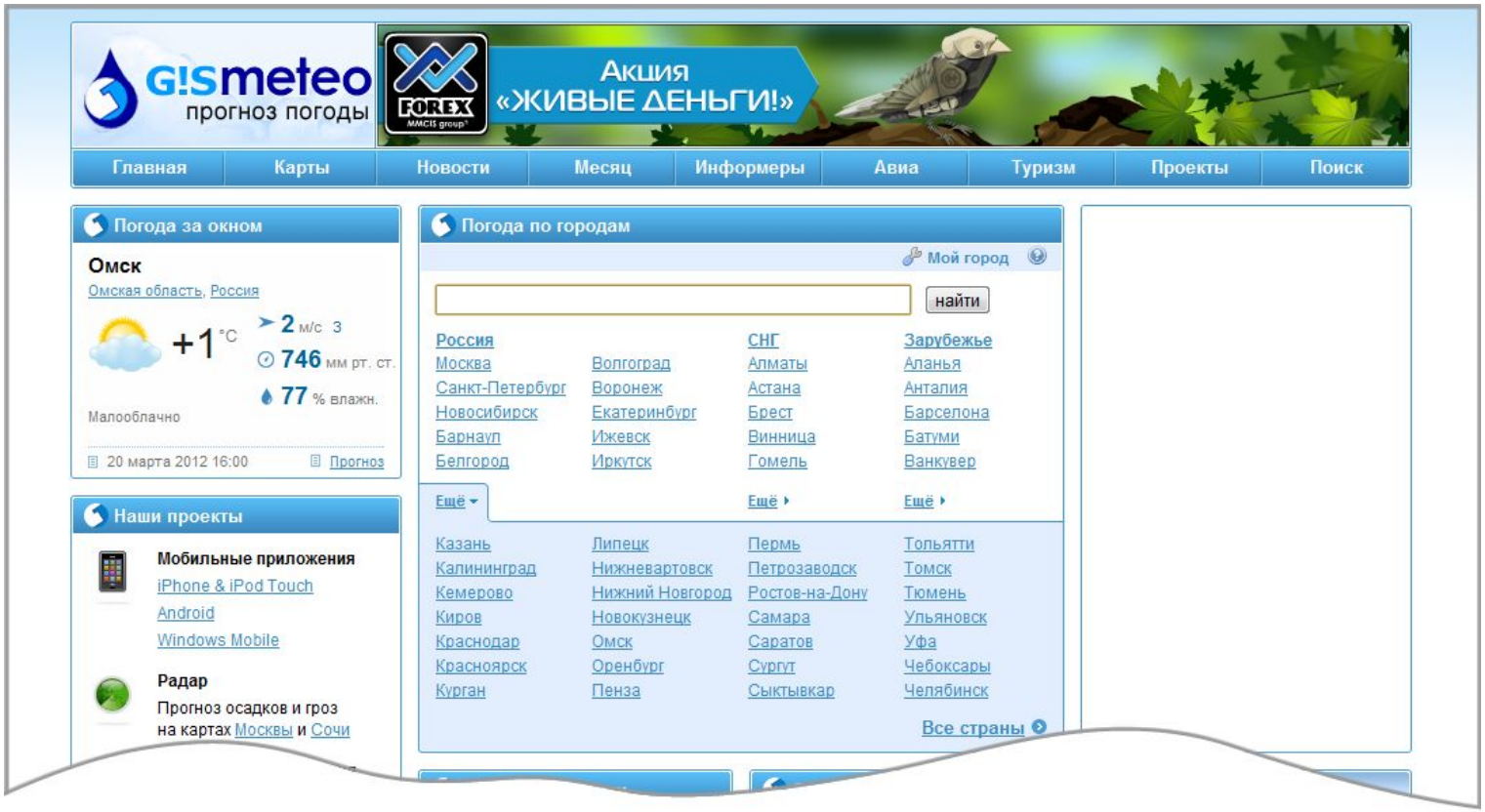
© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Подготовка сайта к рекламной кампании

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Подготовка сайта к рекламной кампании

1. «Посадочные» страницы



© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Подготовка сайта к рекламной кампании

1. «Посадочные» страницы

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

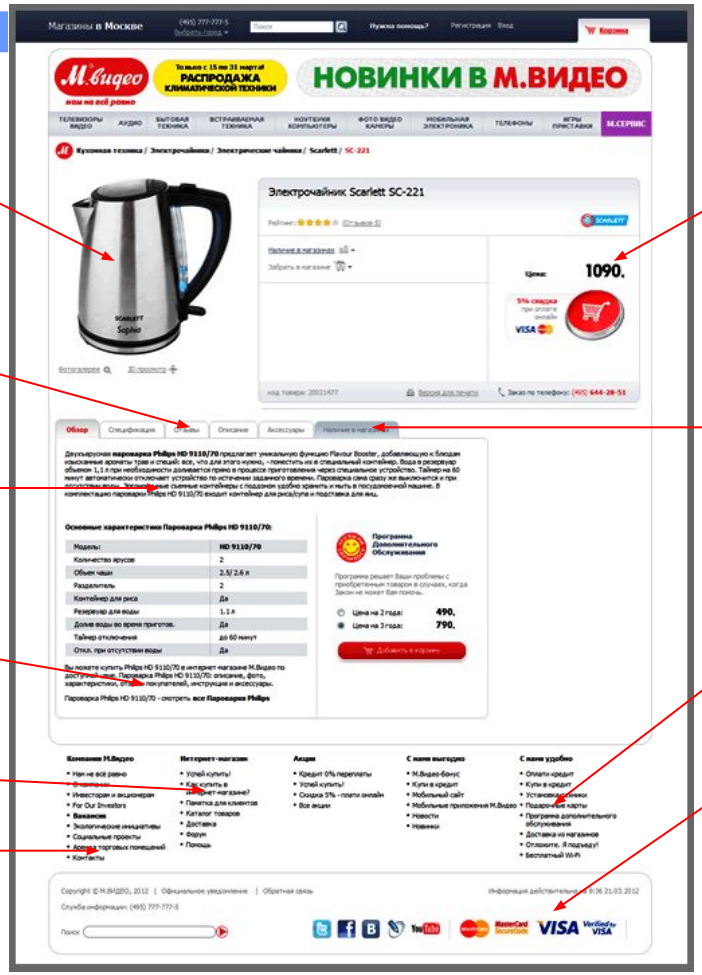
Подготовка сайта к рекламной кампании

1. «Посадочные» страницы

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Подготовка сайта к рекламной кампании

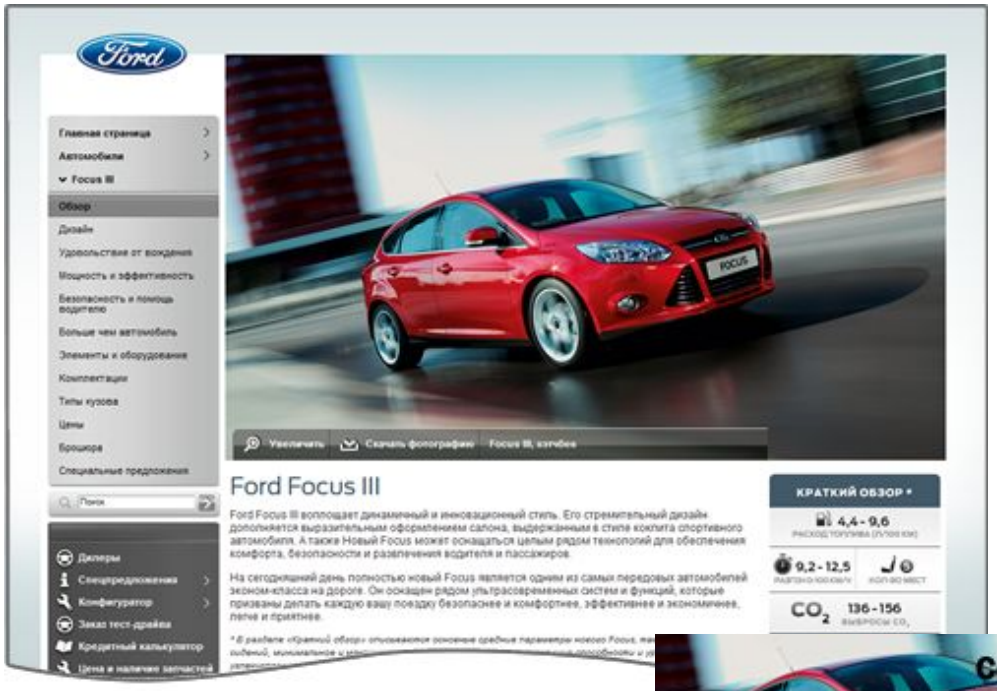
2. Страница как единственный источник информации



© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Подготовка сайта к рекламной кампании

3. Метки для определения источника траффика



© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Подготовка сайта к рекламной кампании

3. Метки для определения источника траффика

Методика
С. Спивака

Формула метки:

Адрес_страницы?r1=где_размещена_реклама&r2=формат_рекламы

1. **Ford.ru/model/focus/?r1=omskpress&r2=publish1**
2. **Ford.ru/model/focus/?r1=vk&r2=modul**
3. **Ford.ru/model/focus/?r1=yandex&r2=400_90**

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Организация рекламной кампании

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Организация рекламной кампании

1. Переговоры с площадками

- Наличие нужной аудитории (независимые данные),
- Возможные форматы размещения
- Наличие таргета и его настройки,
- Возможность управления кампанией, статистика,
- Стоимость и другие условия размещения,
- Наличие свободных мест на нужный период,
- Условия оплаты, штрафы,
- Документооборот.

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Организация рекламной кампании

2. Составление медиаплана

Ресурс	Тип размещения	Формат	Место	Цена за единицу по прайслисту		дней	Всего показов за кампанию	Сумма прайс-лист	Скидка	Сумма после скидки	Выбрали
Специализированные интернет-ресурсы автомобильной тематики											
Autoreview	статика	600x90	Онлайновая версия журнала "Авторевю". Размещение в разделе "Статьи номера" вверху страницы.	55000 в нед.	2 недели	14	231 800	110 000	10%	99 000	
Autonews.ru	динамика	234x200	Специализированный автомобильный ресурс РБК. Входит в тройку наиболее посещаемых по этой тематике. Размещение баннера в правой части на страницах новостей. Гео: Москва	648 за 1000	200 000 показов	28	200 000	129 600	15%	110 160	
Admedia.ru	динамика	pop-under 350*300	Размещение на порталах автомобильной тематики. F=3 в сутки. Гео: Москва	708 за 1000	200 000 показов	10	200 000	141 600	20%	113 280	
Km.ru	динамика	240x400	Раздел "Авто". Размещение на всех страницах. Гео: Москва	708 за 1000	300 000 показов	28	300 000	212 400	25%	159 300	
Auto.ru	статика	110x600	Автомобильный портал. Размещение на всех станицах раздела "Мото" по середине , 2 экран .	29500 в нед.	4 недели	28	146 400	118 000	10%	106 200	
Rambler.ru Авто-Мото	динамика	760x90	Размещение внизу страницы, во всех страницах раздела.	590 за 1000	350 000 показов	4	350 000	206 500	20%	165 200	
Массовые интернет-ресурсы											
Mail.ru	динамика	234*200	Размещение в разделе Авто. F=3 в сутки	531 за 1000	750 000 показов	2	750 000	398 250	20%	318 600	
Mail.ru/ Гороскопы	статика	760*90	Раздел "Гороскопы". Размещение на всех страницах раздела вверху. F= более 10	354000 в нед.	1 неделя	7	1 098 000	354 000	20%	283 200	
Интернет-ресурсы деловой тематики											
Vzglyad.ru	динамика	240*400	Ежедневный бизнес информационный портал. Размещение на всех страницах вверху справа. Гео. Москва.	855,5 за 1000	600 000 показов	4	600 000	513 300	20%	410 640	
Rbcdaily.ru	статика	150*90	On-line версия крупной деловой ежедневной газеты. Размещение в шапке сайта на всех станицах, слева. В ротации 1\3.	354800 в нед.	2 недели	14	671 000	709 600	15%	603 160	
Информационные интернет-ресурсы											
Gazeta.ru	динамика	240x400	Крупнейшая ежедневная интернет-газета. Первая полоса, Бизнес, Финансы, Комментарии, Афиша. Размещение	1080 за 1000	600 000 показов	2	600 000	648 000	15%	550 800	

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

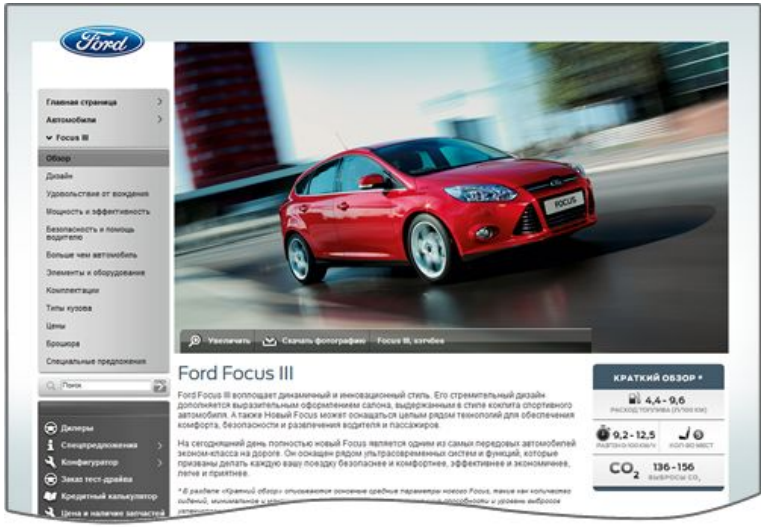
Организация рекламной кампании

3. Подготовка рекламных модулей

Статьи

Объявления

Страница сайта



Баннеры

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Организация рекламной кампании

4. Контроль размещения

- Согласовать с каждой площадкой договор,
- Оплатить счет,
- Согласовать рекламный носитель,
- Проверить своевременное размещение,
- Ежедневно проверять наличие и статистику,
- При низкой эффективности вносить изменения в рекламный модуль (бесконечное количество раз),
- Проанализировать итоговую статистику размещения, рассчитать эффективность.

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Практика!

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Особенности омских рекламных площадок

- Мало специализированных сайтов,
- Сайты «обо всем», сильно политизированы,
- Мало тематических рубрик,
- Перенасыщены графикой,
- Нет таргета,
- Нет личного кабинета,
- Единственный параметр оценки в статистике – CTR.

Итог

- **Низкая кликабельность баннеров,**
- **Больше подходят для долгосрочного пиара и управления репутацией, чем для быстрой продажи товаров и услуг.**

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Особенности федеральных сайтов

- На специализированных сайтах мало омичей,
- Ограниченность мест и форматов,
- Гибкие настройки таргета там, где он есть,
- Широкие возможности личного кабинета,
- Отсутствие гарантированной цены (аукцион),
- Борьба между рекламодателями за аудиторию,
- Жесткие условия и штрафы.

Итог

- **Высокая кликабельность баннеров,**
- **Необходимость постоянных расчетов,**
- **Больше подходят для точечной быстрой продажи товаров и услуг.**

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Параметры оценки рекламных кампаний

Процент кликнувших
CTR = клики/показы*100%

Цена за клик
CPC = цена размещения/кол-во кликов

Цена за действие
CPA = цена размещения/кол-во действий

Конверсия
CR = кол-во совершивших действие/кол-во посетителей

Цена за покупателя
CPS = цена размещения/кол-во покупок

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Примеры рекламных кампаний

Кейс 1

Заказчик – Суши-бар «Зебры»
Цель – прорекламировать акцию «Суши-безлимит за 300 рублей» в филиале Суши-бара в Тюмени.

Площадка – ВКонтакте
Формат – объявление
Период - 3 этапа по 10-12 дней
Бюджет кампании (3 этапа) – 31000 рублей
Количество переходов – 7130
Средняя стоимость клика – 4,34 рубля

Во время размещения объявления клиент никакой другой рекламы не давал.

Итог

Залы суши-бара были полные
Клиент доволен!

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Примеры рекламных кампаний

Кейс 2

Заказчик – компания «Экодар»,
системы водоочистки для предприятий, домов, офисов и квартир.
Цель – реклама акции «Скидка 15% на фильтры для квартир и коттеджей» в Москве и Московской области.

Площадка – Одноклассники
Формат – объявление
Период - 10 дней
Бюджет кампании – 4300 рублей
Количество переходов – 320
Средняя стоимость клика – 13,43 рубля

Стоимость фильтра 35000 рублей.

Итог

Продано 3 фильтра
Выручка клиента 105 000 рублей

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012

Благодарим за внимание!

Если считать и делать все самим:
- нет времени,
- нет желания,
- непонятно,

обращайтесь к нам!

Наталья Леонова, Оксана Дорошенко

Телефон: **(3812) 94-81-84**

Почта: sales@rumedia55.ru Сайт: rumedia55.ru

РА «Ру-Медиа» - официальный представитель в Омске сайтов

Яндекс @mail.ru ВКонтакте одноклассники.ru ВФокусе

© Рекламное агентство "Ру-Медиа", 2012