

# Реклама в интернете: делимся секретами.

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

# Тенденции интернет-рекламы в 2012 году

## 1. Таргетинг

# Тенденции интернет-рекламы в 2012 году

## 1. Таргетинг



**Вся аудитория пользователей  
Количество – 100 человек**

# Тенденции интернет-рекламы в 2012 году

## 1. Таргетинг



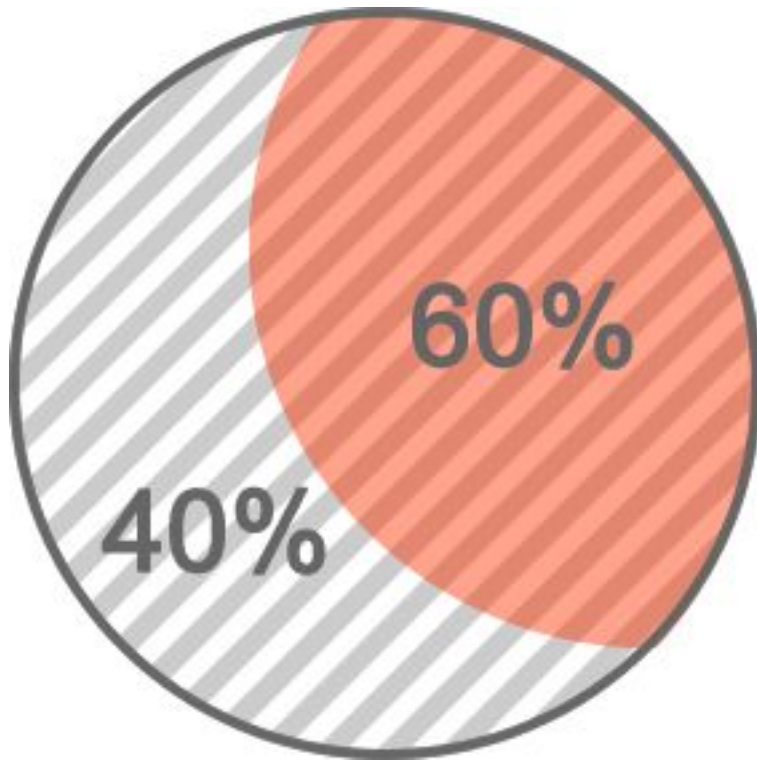
**Вся аудитория** пользователей  
Охват 100%

Количество – 100 человек  
Стоимость клика – **10** рублей

**Стоимость кампании**  
 $100 \times 10 = \mathbf{1000}$  рублей

# Тенденции интернет-рекламы в 2012 году

## 1. Таргетинг



**Только мужчины**

Охват 60%

Количество – 60 человек

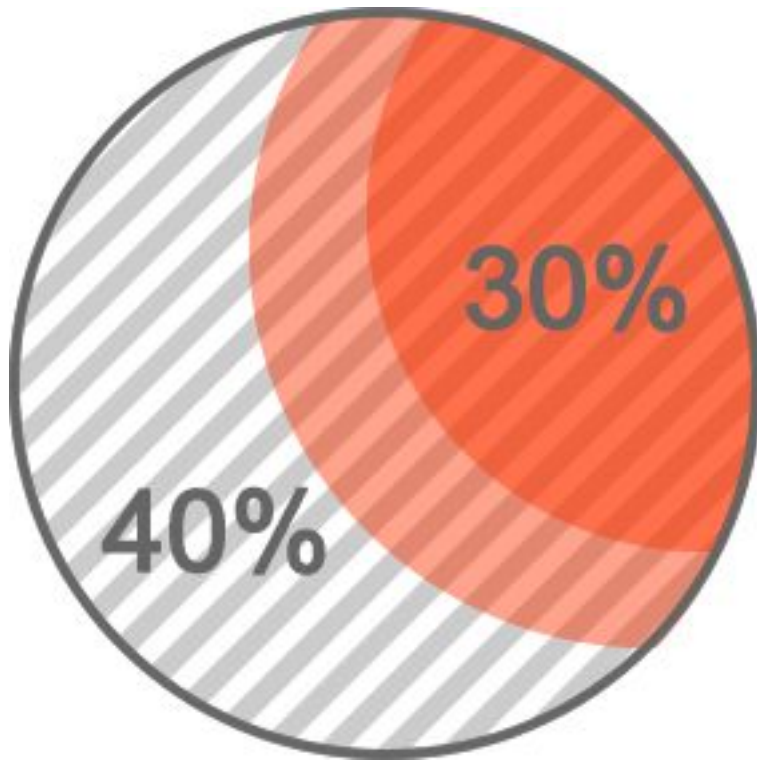
Стоимость клика – **15** рублей

**Стоимость кампании**

**$60 \times 15 = 900$  рублей**

# Тенденции интернет-рекламы в 2012 году

## 1. Таргетинг



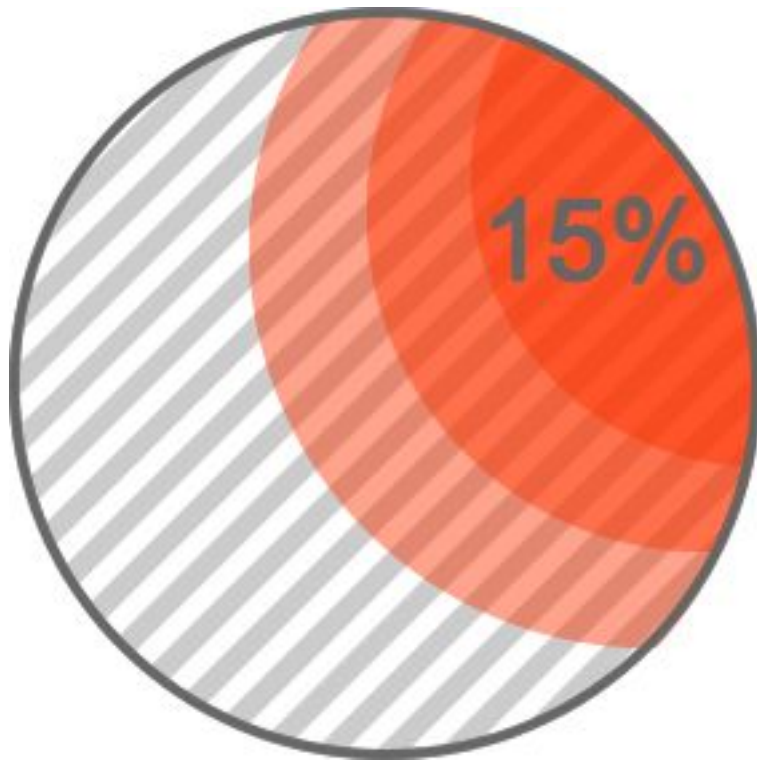
**Только мужчины  
от 20 до 30 лет  
Охват 30%**

**Количество – 30 человек  
Стоимость клика – 20 рублей**

**Стоимость кампании  
 $30 \times 20 = 600$  рублей**

# Тенденции интернет-рекламы в 2012 году

## 1. Таргетинг



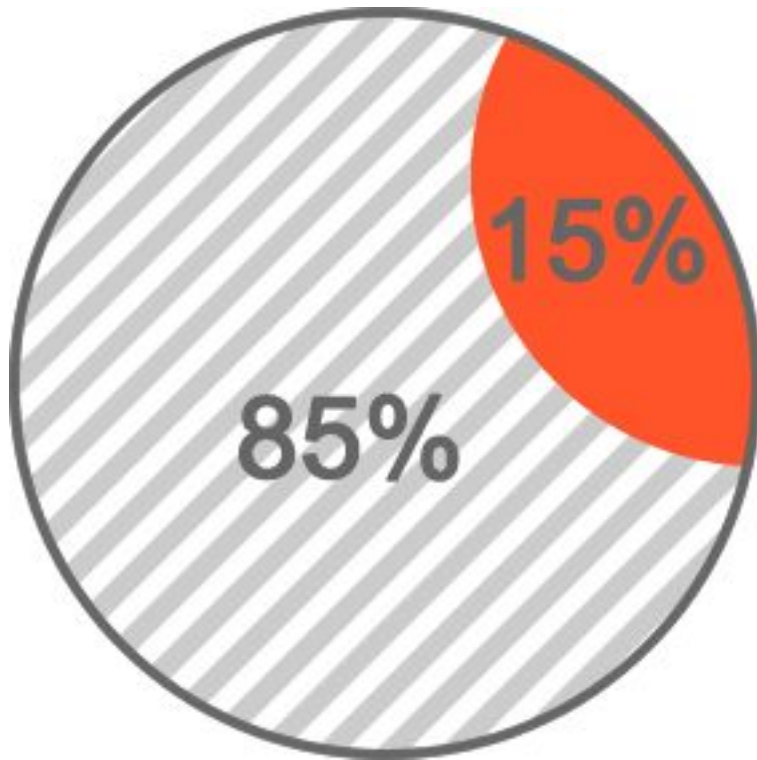
**Только мужчины  
от 20 до 30 лет  
выходящие в интернет  
с 19.00 до 24.00  
Охват 15%**

**Количество – 15 человек  
Стоимость клика – 30 рублей**

**Стоимость кампании  
 $15 \times 30 = 450$  рублей**

# 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)**



## **2. Борьба за внимание аудитории**

# Тенденции интернет-рекламы в 2012 году

## 2. Борьба за внимание аудитории



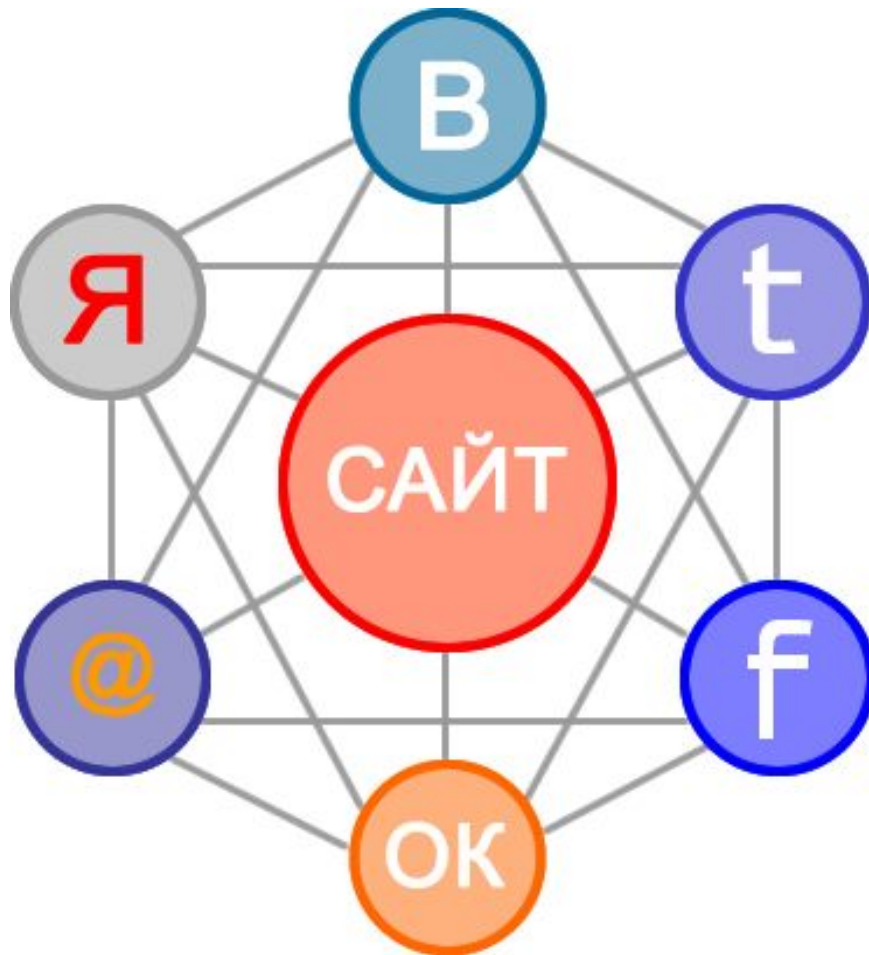
**60%** пользователей имеют аккаунты в 2 и более соц. сетях

**45%** пользователей подписаны на 3 и более рассылки новостей

## **3. Круговое продвижение**

# Тенденции интернет-рекламы в 2012 году

## 3. Круговое продвижение



Сайт компании  
становится

**одной из нескольких**

платформ для  
взаимодействия  
с аудиторией

# Подготовка сайта к рекламной кампании

# Подготовка сайта к рекламной кампании

## 1. «Посадочные» страницы

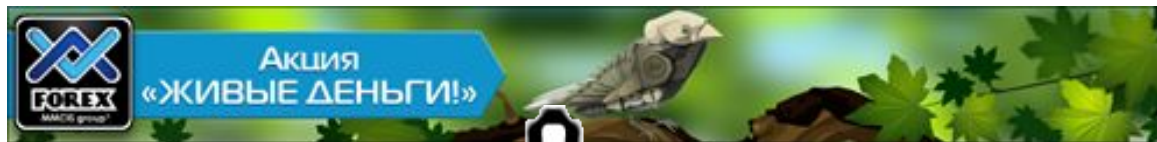
The screenshot displays the Gismeteo website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Главная', 'Карты', 'Новости', 'Месяц', 'Информеры', 'Авиа', 'Туризм', 'Проекты', and 'Поиск'. A banner for 'FOREX' with the text 'Акция «ЖИВЫЕ ДЕНЬГИ!»' is visible. The main content area is divided into three sections:

- Погода за окном:** Shows weather for Omsk (Омск) with a temperature of +1°C, wind speed of 2 m/s, and humidity of 77%. The date is 20 марта 2012 16:00.
- Погода по городам:** A search bar with a 'найти' button and a grid of city links for weather forecasts. The cities are organized into columns: Россия, СНГ, and Зарубежье.
- Наши проекты:** Links to mobile applications for iPhone & iPod Touch, Android, and Windows Mobile, as well as a 'Радар' section for precipitation and thunder forecasts in Moscow and Sochi.

Россия	СНГ	Зарубежье
<a href="#">Москва</a>	<a href="#">Алматы</a>	<a href="#">Аланья</a>
<a href="#">Санкт-Петербург</a>	<a href="#">Астана</a>	<a href="#">Анталия</a>
<a href="#">Новосибирск</a>	<a href="#">Брест</a>	<a href="#">Барселона</a>
<a href="#">Барнаул</a>	<a href="#">Винница</a>	<a href="#">Батуми</a>
<a href="#">Белгород</a>	<a href="#">Гомель</a>	<a href="#">Ванкувер</a>
<a href="#">Ещё ▾</a>	<a href="#">Ещё ▸</a>	<a href="#">Ещё ▸</a>
<a href="#">Казань</a>	<a href="#">Пермь</a>	<a href="#">Тольятти</a>
<a href="#">Калининград</a>	<a href="#">Петрозаводск</a>	<a href="#">Томск</a>
<a href="#">Кемерово</a>	<a href="#">Ростов-на-Дону</a>	<a href="#">Тюмень</a>
<a href="#">Киров</a>	<a href="#">Самара</a>	<a href="#">Ульяновск</a>
<a href="#">Краснодар</a>	<a href="#">Саратов</a>	<a href="#">Уфа</a>
<a href="#">Красноярск</a>	<a href="#">Сургут</a>	<a href="#">Чебоксары</a>
<a href="#">Курган</a>	<a href="#">Сыктывкар</a>	<a href="#">Челябинск</a>
		<a href="#">Все страны ▾</a>

# Подготовка сайта к рекламной кампании

## 1. «Посадочные» страницы





# Подготовка сайта к рекламной кампании

## 1. «Посадочные» страницы





# Подготовка сайта к рекламной кампании

## 2. Страница как единственный источник информации

Изображение товара

Отзывы

Описание товара

Сервис

Акции

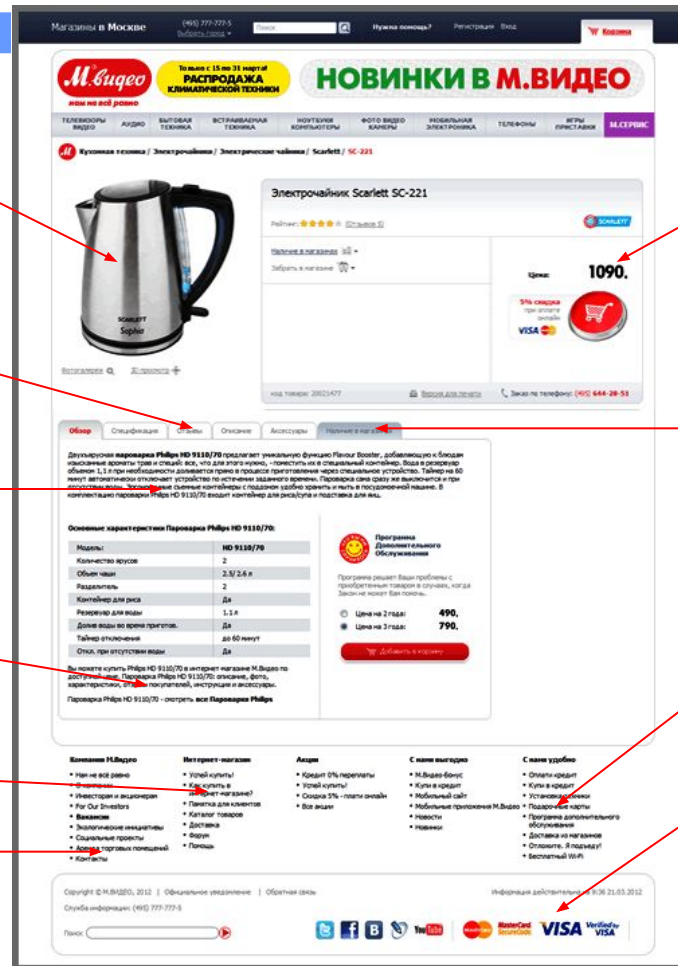
Доп. услуги

Стоимость

Наличие

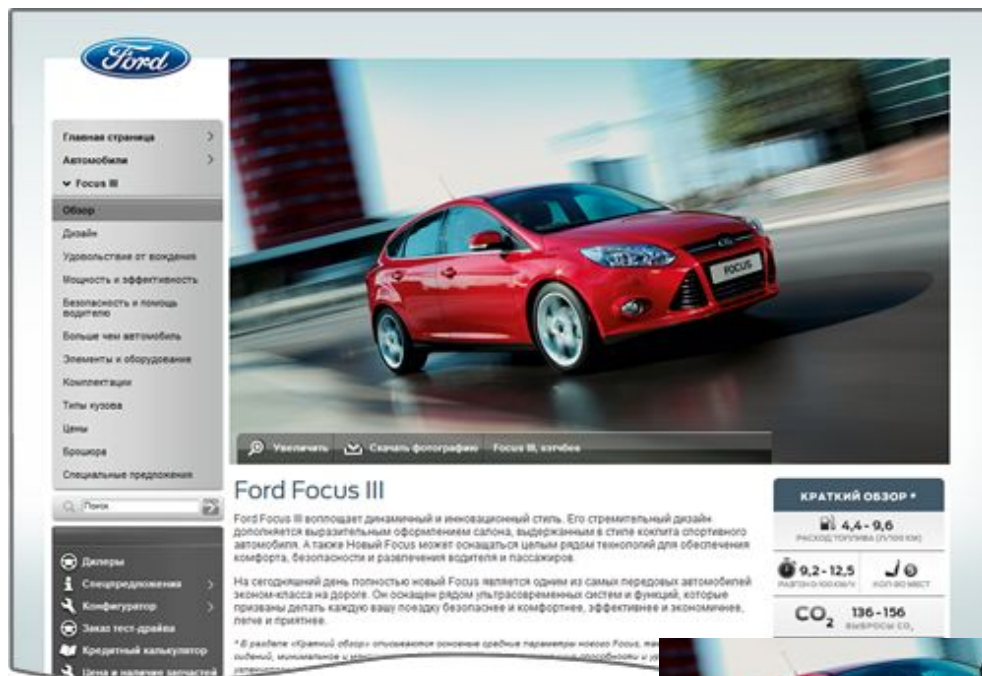
Доставка

Способы оплаты



# Подготовка сайта к рекламной кампании

## 3. Метки для определения источника трафика



# Подготовка сайта к рекламной кампании

## 3. Метки для определения источника трафика

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**

# Организация рекламной кампании

# 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.

# 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	Выборили
<b>Специализированные интернет-ресурсы автомобильной тематики</b>											
Autoreview	статика	600x90	Онлайновая версия журнала "Авторевю". Размещение в разделе "Статьи номера" сверху 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 страницах 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	
<b>Массовые интернет-ресурсы</b>											
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 сверху. F= более 10	354000 в нед.	1 неделя	7	1 098 000	354 000	20%	283 200	
<b>Интернет-ресурсы деловой тематики</b>											
Vzglyad.ru	динамика	240*400	Ежедневный бизнес информационный портал. Размещение на всех страницах сверху 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 страницах, слева. В ротации 1/3.	354800 в нед.	2 недели	14	671 000	709 600	15%	603 160	
<b>Информационные интернет-ресурсы</b>											
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	



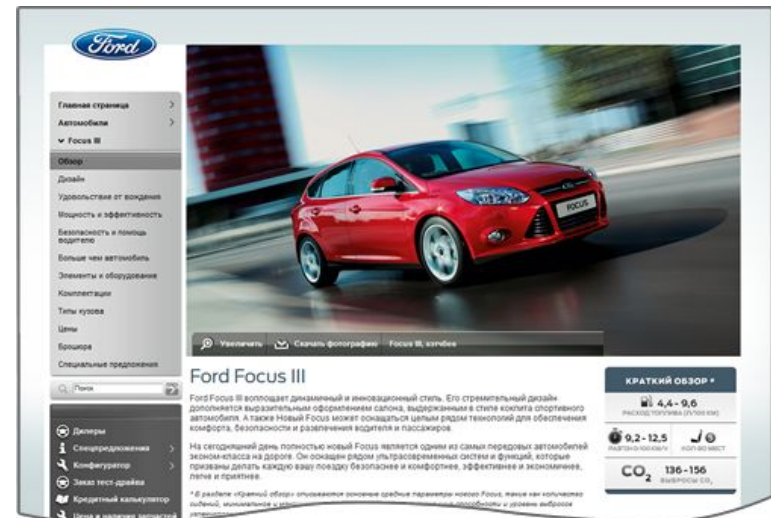
# Организация рекламной кампании

## 3. Подготовка рекламных модулей

Статьи

Объявления

Страница сайта



Баннеры



# 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.



**Практика!**

# 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.

# 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.

# 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

# 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!**

# 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**

# 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](mailto:sales@rumedia55.ru) Сайт: [rumedia55.ru](http://rumedia55.ru)

---

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

Яндекс

@mail.ru®

В контакте

одноклассники.ru

ВФОКУСЕ