

Реклама в мобильных картах: Почему нет

Алексей Беляев

Мобильные карты

- Вероятно, одно из самых популярных приложений сегодня
 - Мобильные Яндекс-карты
 - Моб.карты @Mail.ru
 - Google Mobile Maps
 - Nokia Ovi Maps
 - Waze, FourSquare, ...



Мобильная реклама

- Горячая тема этого года. Про работы в этой области заявили:
 - Apple (iAd)
 - Google
 - Nokia
 - Google
- Уже существуют сервисы
 - adMob
 - POldo
 - ...

А вместе – не взлетает. 😞

- Хотя, казалось бы:
 - Таргетированная реклама – не новость
 - Аудитория уже есть

Компания считает, что, перейдя рубеж в **55 000** показов страниц в день, представляет собой привлекательное место для размещения рекламы. Уникальность системы и ее быстрое развитие обеспечивает регулярный прирост количества новых пользователей - более 10% еженедельно.

Пресс-релиз Яндекса «[Мы принимаем рекламу на yandex.ru](#)»
16 марта 1998

Фантазия: Как **это** могло бы выглядеть

Характеристики продукта

- Кто потребитель
- Кто рекламодатель
- Преимущества и недостатки
- Принципы продажи

Потребители и рекламодатели

- Кто пользуется картами?
 - Автомобилисты
 - Пешеходы
- Кто мог бы быть заинтересован в рекламе на картах?
 - сервисы для авто (Автомойки, шиномонтажи)
 - Еда
 - Сервисы для людей (парикмахерские, спа)

Преимущества и недостатки

- Плюсы
 - Территориальная близость клиента
 - Регулируемый охват
- Минусы
 - Фокус интереса клиента – на информации
 - Малый размер рекламоносителя
 - Клиент не всегда Online

Складываем головоломку

- Объявление в одну/две строки
- Показ при остановке/unintrusive
- При клике переход на объявление (преимущественно, текстовое, возможно с элементами графики)

За сценой

- Оплата за действие – просмотр объявления
- Рекламодатель может на сайте настроить радиус/сектор показа объявления
- По мере роста числа объявлений – аукционная модель
- Определение интересов пользователя

Dos & Don'ts

- **НАДО:**
 - Интегрировать ЭТО с платежной системой (не только Яндекс, но и Qiwi)
 - Дать возможность отказаться от рекламы (на маршруте/сегодня/навсегда)
- **НЕ НАДО:**
 - Перемешивать информацию и рекламу
 - Отрывать пользователя от основного занятия
 - Давать неактуальную рекламу (не все спа салоны работают ночью)