



## **Интерактивные таргетинги: будет ли WOW-эффект?**

Андрей Себрант,  
Алексей Третьяков

Конференция «Управление аудиторией и реклама в Интернете»

Москва, 28 марта 2008

# Яндекс

## Простая контекстная реклама

Андрей Себрант

Яндекс, Директор по специальным проектам  
Журнал «Интернет-маркетинг», Главный редактор



Конференция  
«Управление аудиторией и реклама в Интернете»,  
etarget Москва, 22 марта 2007

ГОД НАЗАД

**Мем** ([англ. meme](#)) — единица культурной информации, распространяемая от одного человека к другому посредством имитации, научения и др.

# Содержание предыдущих серий

- Жизненный цикл рекламного мема в интернете – 10 лет?

Баннер хоронили на десятилетие.  
В этом году исполнилось 10 лет  
контекстной рекламе в Рунете.

- Контекст и медийка – мемы нынешней рекламы

# 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

## ❖ 2007: контекст растет

- ✓ Контекстная реклама продолжает расти вдвое за год (\$215-220M)

... но и медийка – тоже

- ✓ Рост на 90% за 2007 год (\$190M\*)

**«Большие Бренды» пришли в Сеть?**

---

*\*) По данным АКАР*

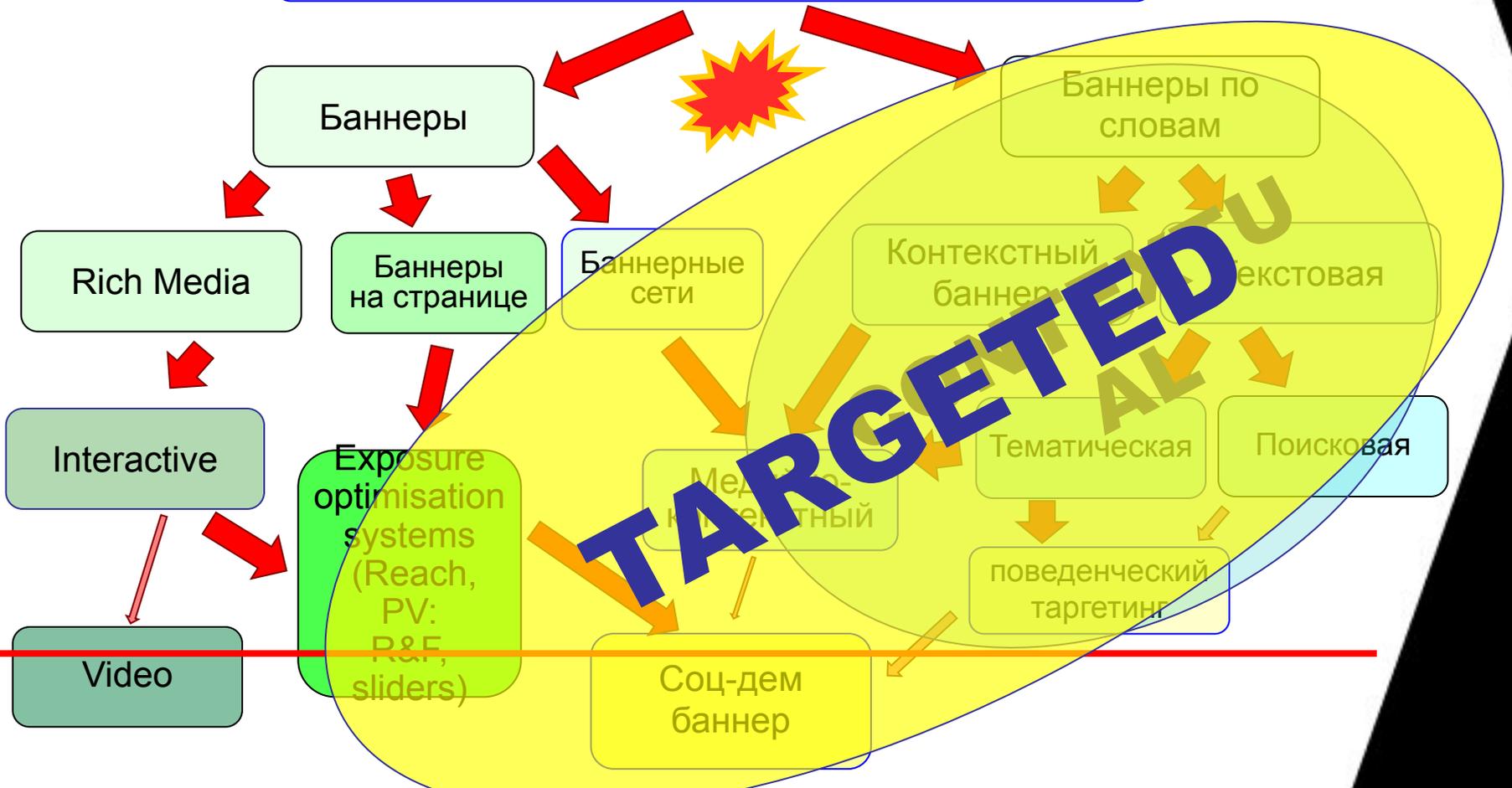
# Тенденции онлайн-рекламы

- **Баннерная vs Контекстная  
реклама                      реклама**

# Эволюция онлайн рекламы

Web vs Email

Статика vs динамика



# Типы таргетированной рекламы

Различные виды таргетинга позволяют решать разные маркетинговые задачи и предназначены, соответственно, разным категориям клиентов:

## – Контекстный

- Тексты
- Баннеры

«Шивьяе» продукты

## – Соц.-демографический

- Баннеры

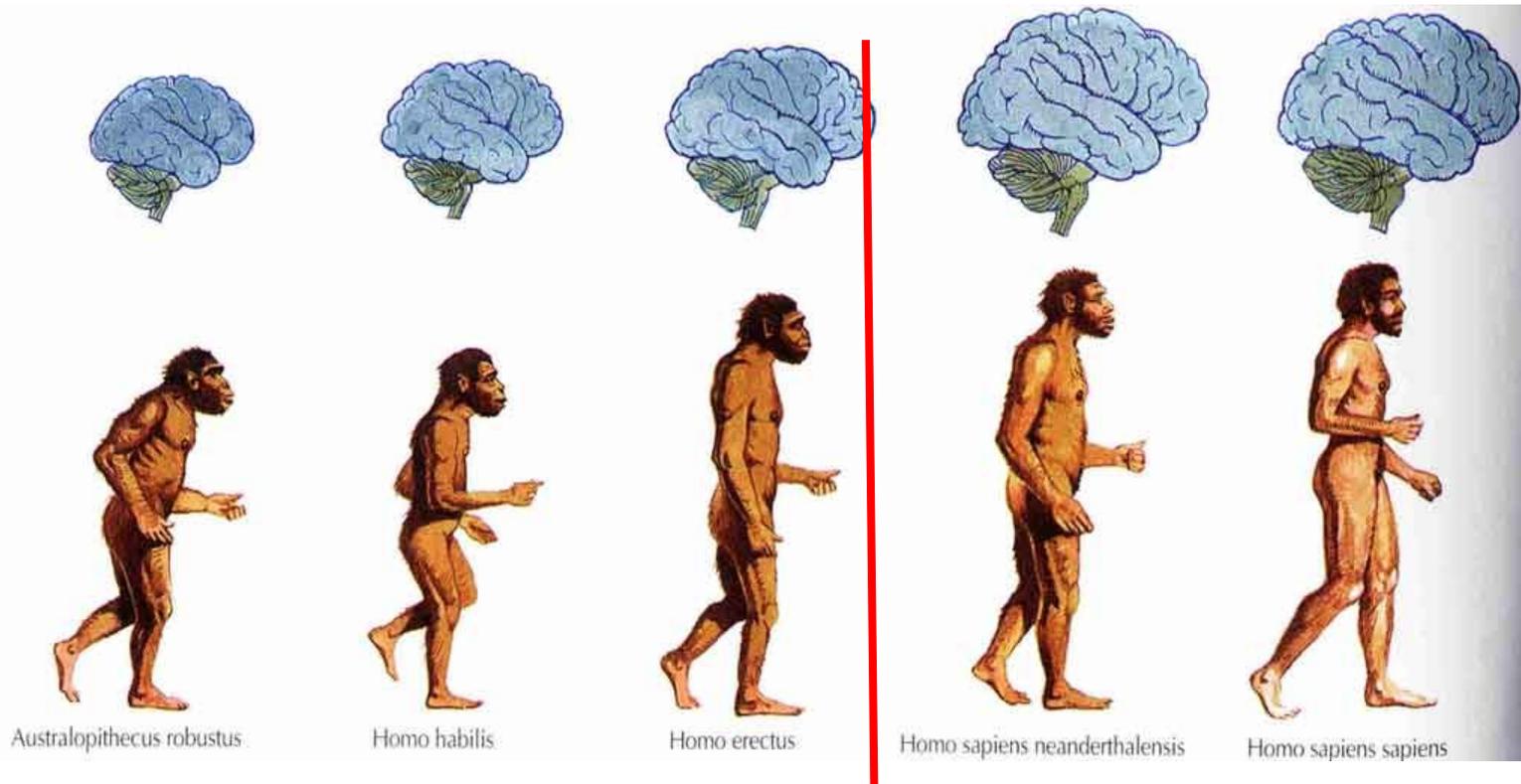
FMCG  
продукты/продукты

## – Географический

- Тексты
- Баннеры

Региональные клиенты

# Эволюция онлайн рекламы



По мере «взросления», реклама становится все более интерактивной и интеллектуальной.

Будущее – и текстовой, и баннерной рекламы – за персонализированными **таргетированными рекламными коммуникациями**

—  
Я

# Так а ВАУ-эффект-то где?

- Когда неандерталец стал человеком, это привело к наблюдаемому до сих пор эффекту...
- Но сам неандерталец этого не знал, не планировал, и не предполагал, во что в итоге эво(ре)волюционирует...



## **Андрей Себрант**

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

телефон: +7 (495) 739-22-22

факс: +7 (495) 739-23-32

эл. почта: [asebrant@yandex-team.ru](mailto:asebrant@yandex-team.ru)