Алексей Басов
генеральный директор
ЗАО «Бегун»

Персональная контекстная реклама

«Поисковая оптимизация
и продвижение сайтов»
15 ноября 2007

begun™

1 Как развивалось сегментирование аудитории

сайт | юзер

Тема сайта

Контекст рекламы

Поведение юзера

?

begun™

Возможности анализа аудитории Бегуна

Семантические технологии

Содержание и тема страницы, сайта, поискового запроса.

Поведенческие технологии

Маршруты, поиски, история взаимодействия с рекламой, краткосрочные и долгосрочные интересы, сходства с другими пользователями.

Внешние социальные данные NEW!

Анонимные социо-демографические данные из анкет пользователей, одобривших их передачу третьим лицам .

begun™

Потенциально доступные параметры

Социальные данные открывают принципиально новые возможности в таргетировании рекламы и анализе рекламного результата.

- Пол и возраст
- Семейное положение и доход
- Образование и профессия
- Жизненные интересы
- Потребляемые товары и услуги
- Планы по приобретению
- Предпочитаемые брэнды и поставщики услуг

begun™

Возможные источники социальных данных

Источниками данных могут возникать любые базы анкет, обладающие посещаемостью владельцев анкет, достаточным охватом, юридической основной для сотрудничества.

- Службы знакомств
- Социальные сети
- Блог-хостинги
- Форумы
- Почтовые сервисы
- Сервисы рассылок
- Дисконтные клубы

begun™

Почему эти данные можно использовать

1. Используются обезличенные данные

«…обезличивание персональных данных - действия, в результате которых невозможно определить принадлежность персональных данных конкретному субъекту персональных данных.»

2. Строго говоря, эти данные – не персональные

«…персональные данные - любая информация, относящаяся к определенному или определяемому на основании такой информации физическому лицу.»

3. Пользователи в явном виде дают согласие на использование их данных для показа рекламы.

4. Поставщик передает лишь несколько полей анкеты – которые представляют интерес для рекламодателя.

begun™

Как скрыться от всевидящего ока

Каждый может отказаться от использования данных анкеты для показа рекламы.

1. Не давать согласия при регистрации (если позволяет функционал) либо не регистрироваться.

2. Стандартными средствами броузера запретить прием cookies (всех или от рекламных сервисов).

begun™

Сегодня

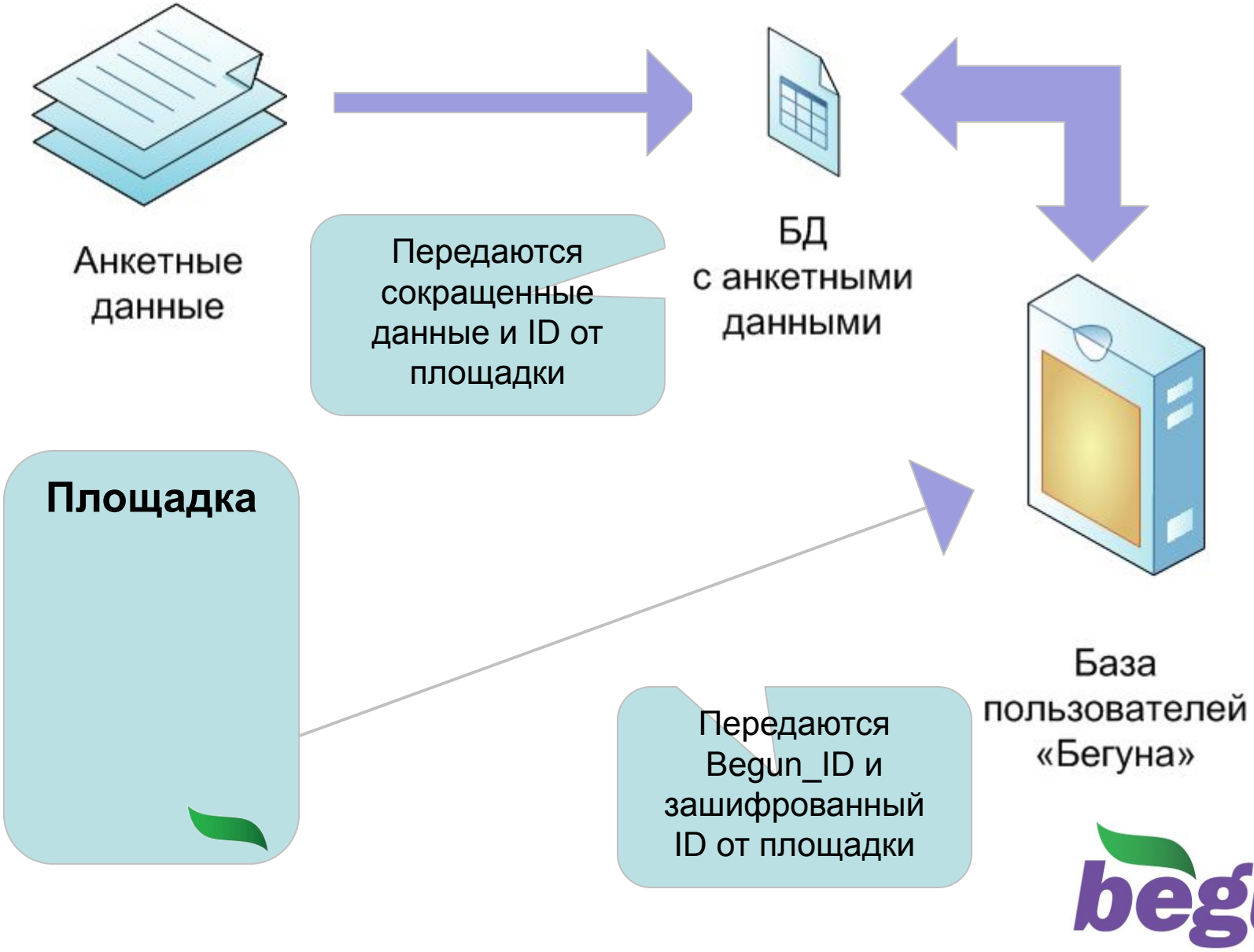
15 ноября «Бегун» начал предоставлять своим рекламодателям статистику переходов с указанием пола и возраста некоторых интернет-пользователей.

Первым поставщиком социо-демографической информации стал сервис знакомств «Мамба». На первом этапе атрибутами «пол» и «возраст» размечаются

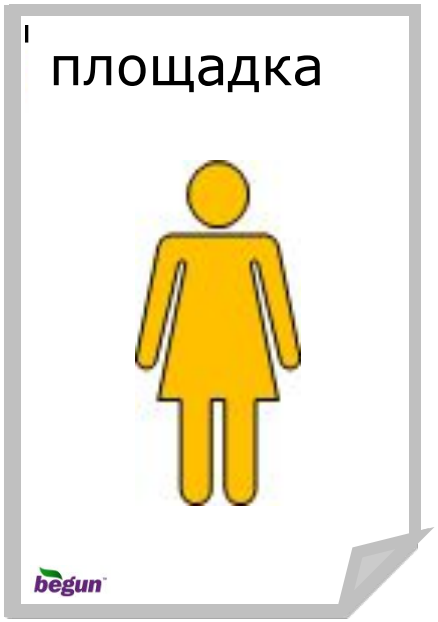
700 тыс. броузеров

begun™

Как это устроено



Применяем на практике



Знаем:
Поведенческие и
социо-демографические
характеристики

Как это выглядит

Раздел интерфейса – Детальная статистика

12 ноя 2007 22:17:40	83.237.205.173	чат	4	2	http://dating.ru/?dating=1001	Rambler.Ru - поиск
12 ноя 2007 22:17:30	62.109.168.23	чат	4	1	http://dating.ru/?dating=1001	Rambler.Ru - поиск
12 ноя 2007 22:17:28	80.82.36.50	знакомство бесплатно	4	1	http://dating.ru/?dating=1001	http://http://win.mail.ru - АвтоКонтекст
12 ноя 2007 22:17:20	89.178.207.191 Возраст - 21	комства	4	1	http://dating.ru/?dating=1001	http://http://win.mail.ru - АвтоКонтекст
12 ноя 2007 22:17:20	78.106.201.248	фото девушек	4	2	http://dating.ru/?dating=1001	23-fevralya-podarki.ru - Автоконтекст
12 ноя 2007 22:17:11	217.74.245.113	знакомства	4	5	http://dating.ru/?dating=1001	mirobzorov.ru - Автоконтекст
12 ноя 2007 22:17:01	88.201.128.82	знакомства	4	2	http://dating.ru/?dating=1001	Rambler.Ru - поиск
12 ноя 2007 22:16:31	91.77.62.181	знакомства	4	11	http://dating.ru/?dating=1001	abcru.com
12 ноя 2007 22:16:23	89.20.149.202	познакомлюсь	4	4	http://dating.ru/?dating=1001	Rambler.Ru - поиск

begun™

Потенциал

Рекламодатель получает новые возможности:

- Реклама товаров и услуг для узкой ЦА
- Реализация кампаний с различными сценариями для разных сегментов аудитории
- Повышение эффективности (conversion rate) кампании
- Получение информации о социальных характеристиках привлеченной аудитории

begun™

Потенциал

Интернет-пользователи получают:

- Влияние на окружающую среду интернетие
- Актуальную и полезную информацию
- Снижение раздражения от невостребованной рекламы

Социальные сервисы получают:

- Новый способ монетизации аудитории
  без изменения сценариев потребления сервиса

begun™

Потенциал

С вводом социо-демографических данных в промышленную эксплуатацию массовыми рекламными сервисами, индустрия получает:

- Новый тип участника рынка – провайдер данных
- Новые финансовые потоки – повышение емкости рынка
- Новые рекламные технологии – удовлетворение требований еще более широкого круга рекламодателей
- Повышение эффективности и функциональных возможностей интернет-рекламы – оптимизация использования площадей.

begun™

begun™

приводим клиентов

Алексей Басов
basov@begun.ru

1 Текущая ситуация

- **Растет число интернет-пользователей:**

  в Сеть приходят новые социальные и возрастные группы.

- **Растет число рекламных площадок:**

  число поисковых сервисов остается ограниченным.

- **Растет число рекламодателей:**

  всё больше компаний переносят бюджеты в Сеть.

- **Улучшается квалификация рекламодателей:**

  растут требования к возможностям настройки рекламных кампаний и точности фокусировок.

begun™