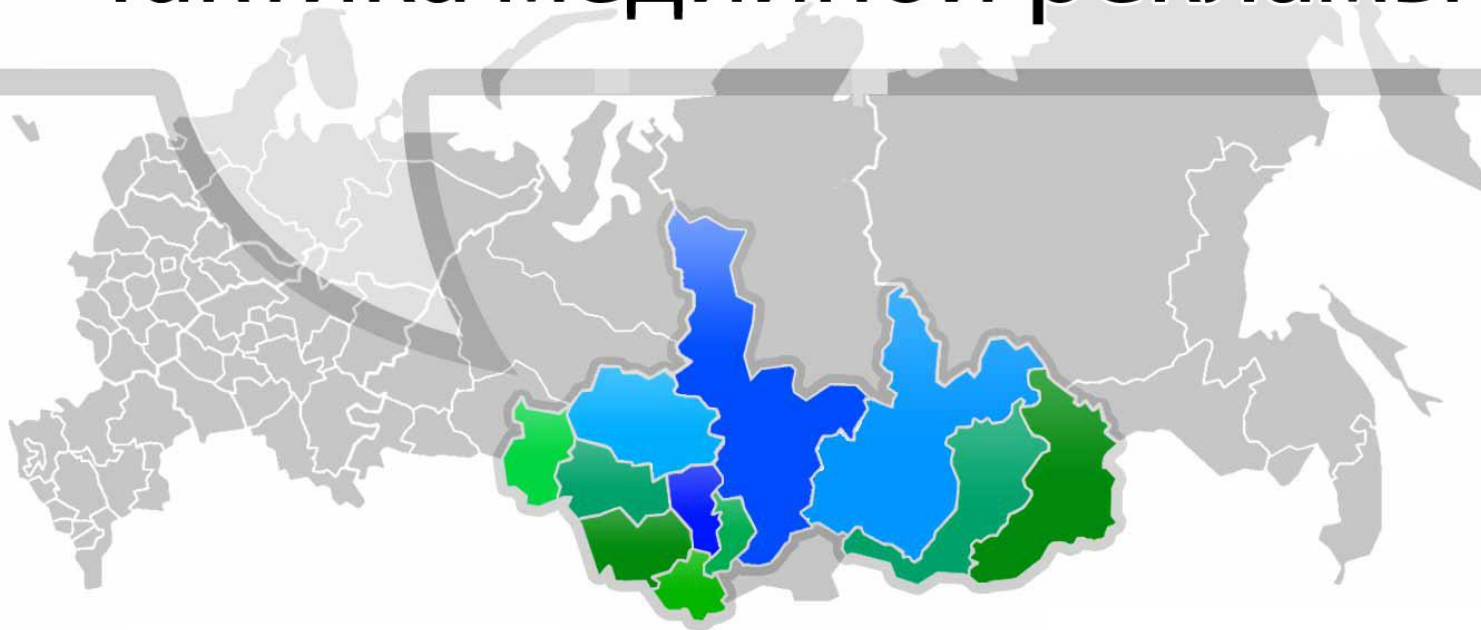


sibnet.ru



Сибирский информационно-развлекательный портал ОАО «Сибирьтелеком»

Тактика медийной рекламы



Евгений Савельев, маркетолог портала Sibnet.Ru

(383) 375-12-90, savelev@netpost.ru

Что такое медийная реклама в интернете?

- Изображение
- Анимация
- Видео
- Звук
- Интерактивность



Основные маркетинговые задачи медийной интернет-рекламы:

- Формирование и увеличение спроса
- Создание, усиление бренда, имиджа
- Информирование



Что влияет на эффективность?

- Правильная площадка (медиаплан)
- Правильные настройки (таргетинги)
- Правильный баннер
- Правильный сайт



Основы медиапланирования. Выбор рекламной площадки

Аудитория:

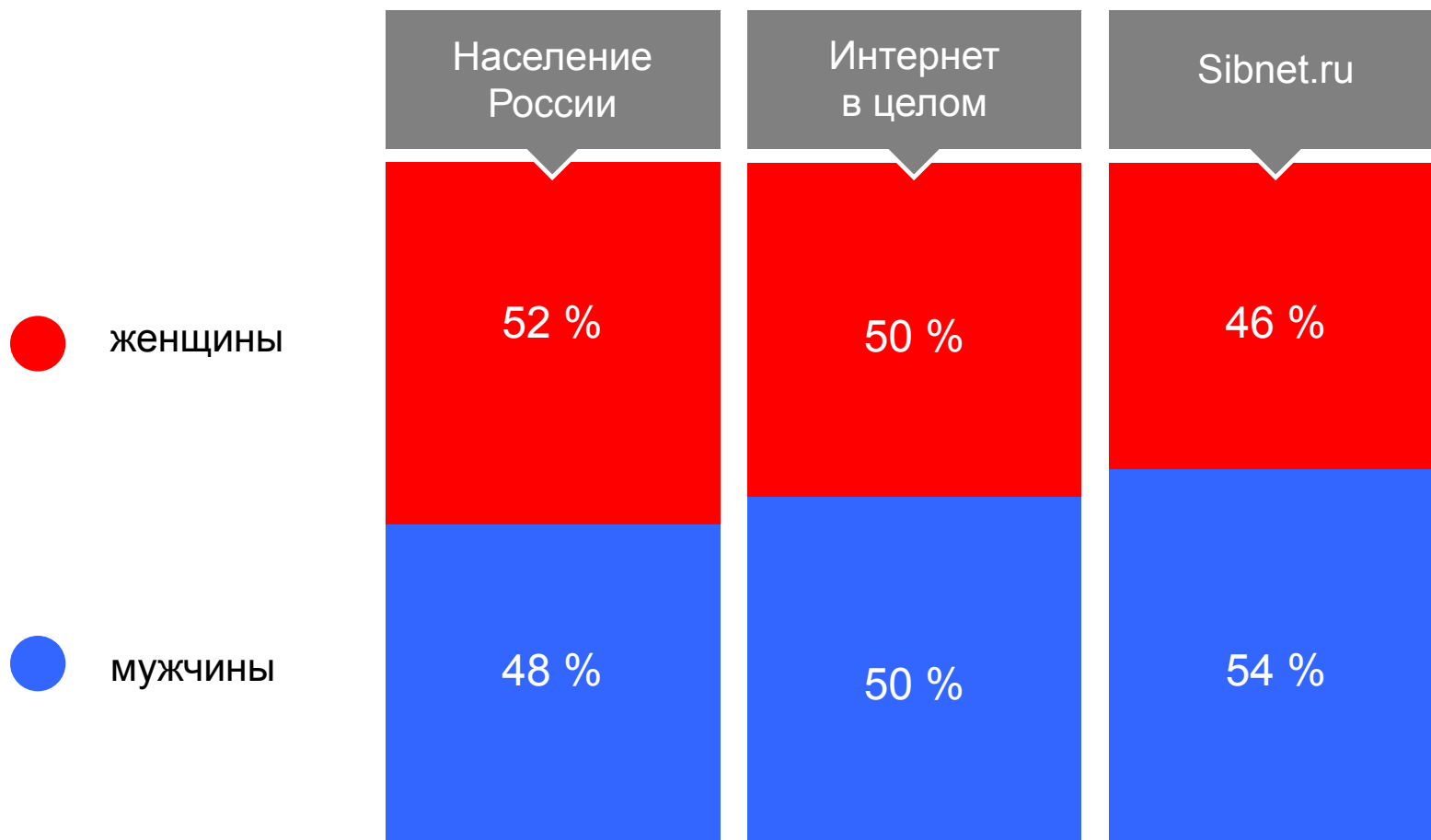
- Пол
- Возраст
- Род занятий
- Потребительский портрет
- Географический охват
(открытая статистика)

Цена

- Тип ценообразования
- Прогнозирование стоимости перехода

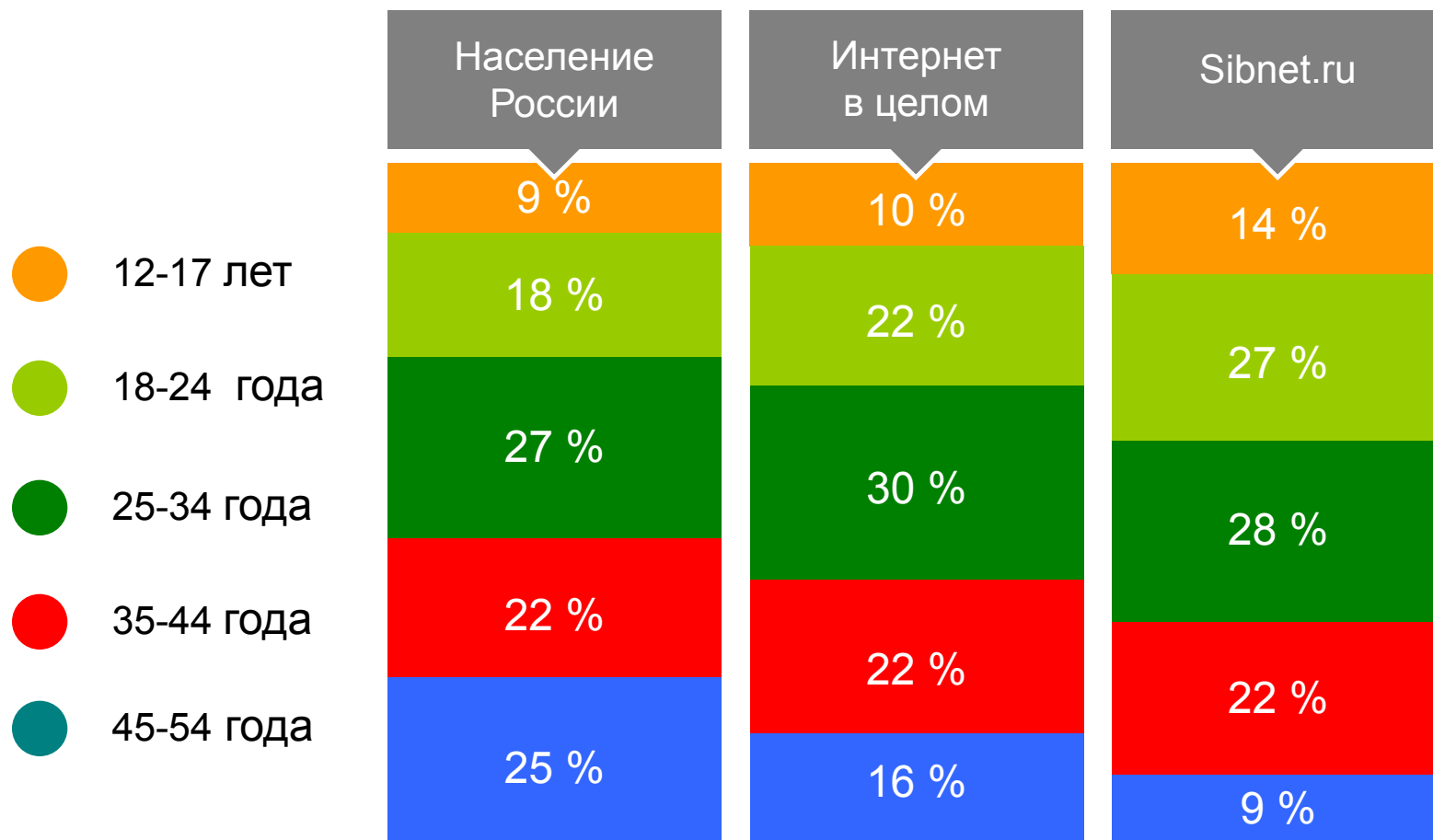


Структура аудитории. Пол



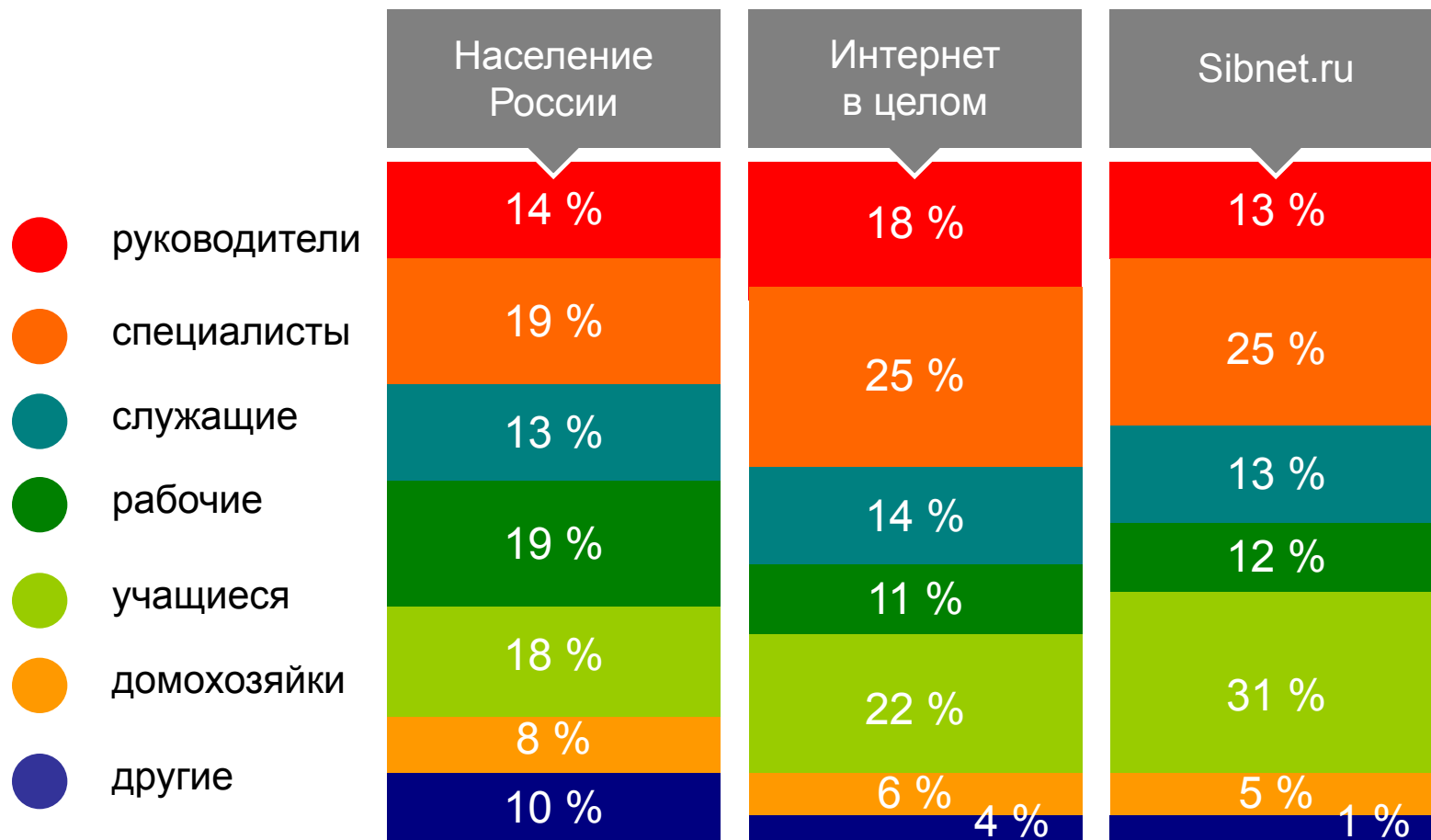


Структура аудитории. Возраст





Структура аудитории. Род занятий



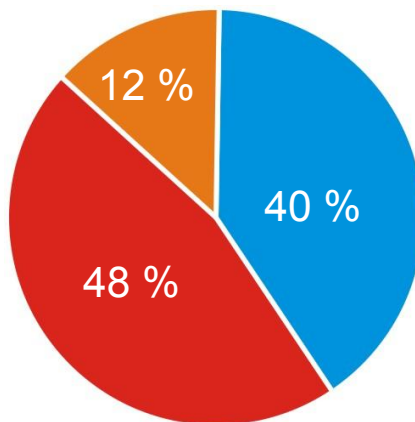


Потребительский портрет аудитории по данным интернет-опросов на портале

Какими банковскими услугами
вы пользовались
за последние полгода?

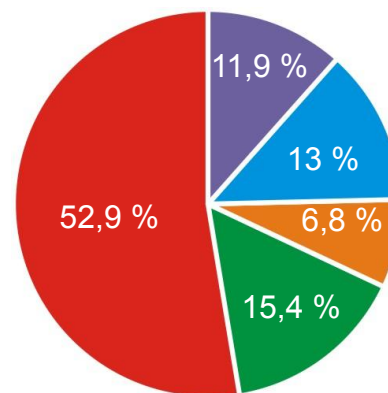


Автовладельцы
на портале Sibnet.ru



- Есть автомобиль
- Нет автомобиля
- Нет автомобиля, Но есть права

Планируете ли вы покупку
бытовой техники?

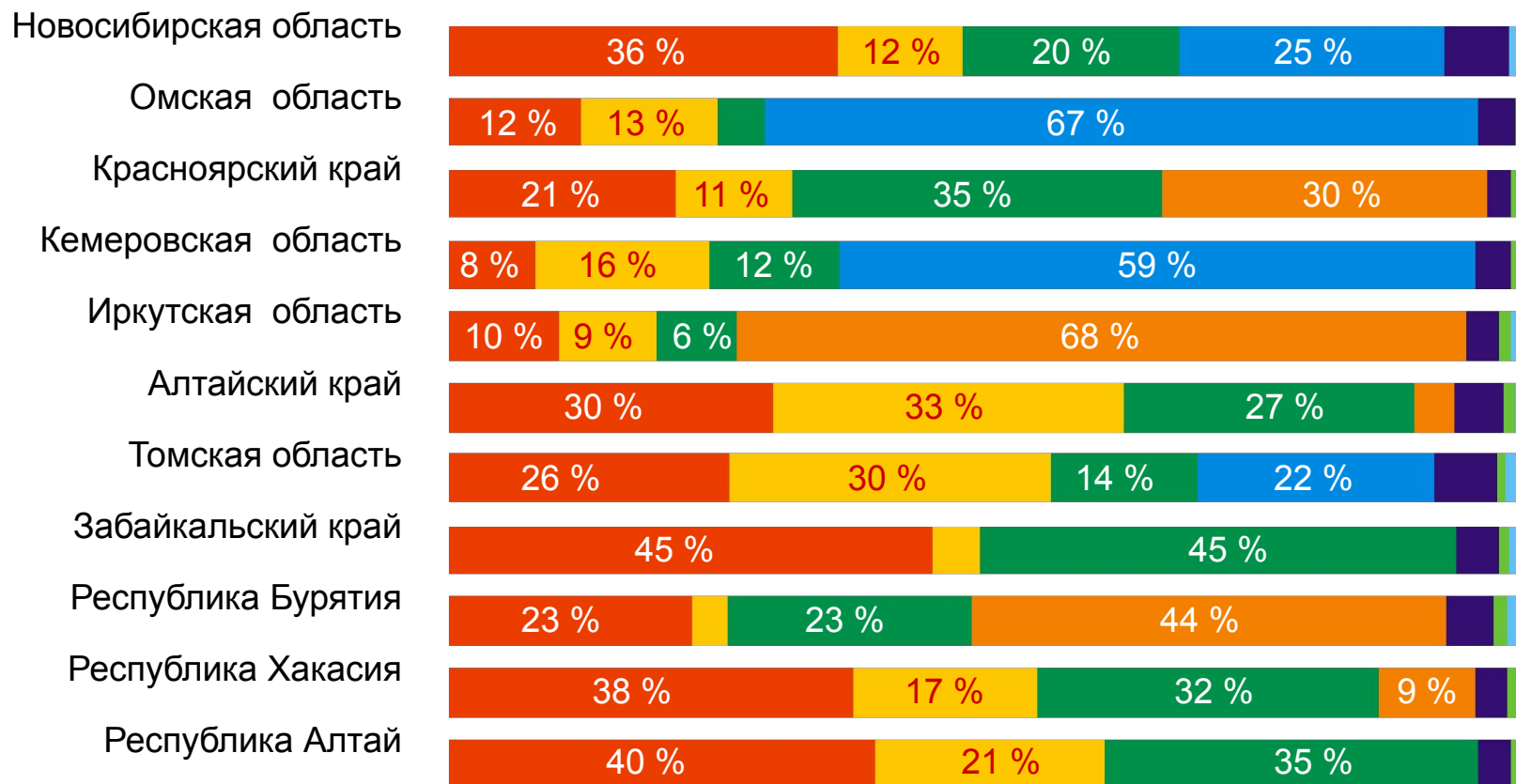


- Да, в ближайший месяц 11,9 %
- Да, в ближайшие полгода 13 %
- Да, в ближайший год 6,8 %
- Да, но не определился когда 15,4 %
- Нет, не планирую 52,9 %

В следующие 12 месяцев пользователи портала Sibnet.ru могут потратить на бытовую технику более 1,5 млрд рублей.



Потребительский портрет аудитории по данным интернет-опросов на портале





Географический охват аудитории

Регион Сибири	Уникальных посетителей в месяц	Просмотров страниц в месяц
Новосибирская область	195 000	9 800 000
Кемеровская область	149 000	15 700 000
Алтайский край	97 000	8 100 000
Иркутская область	96 000	12 700 000
Омская область	64 000	5 200 000
Красноярский край	65 000	3 000 000
Республика Бурятия	44 000	7 200 000
Республика Хакасия	40 000	6 200 000
Томская область	48 000	1 000 000
Забайкальский край	25 000	3 700 000
Республика Горный Алтай	5 400	650 000



Виды ротации:

- Статическое размещение
- Динамические показы

Настройки:

- Ограничение показов уникалам (динамика)
- Таргетинги по гео зонам
- Таргетинги по времени суток и дням недели
- Таргетинги по полу и возрасту
- Тематические таргетинги



Стандартные форматы:

- TopLine (100% ширины экрана x 90px)
- 240x400px (либо 200x300 px)
- 468x60 px

Нестандартные форматы:

- Rich Media (всплывающие окна)
- Баннеры в видеоплеере
- Баннеры с расхлопом,
- Баннеры с выносом элементов



Главная задача баннера – переход пользователя на сайт рекламодателя

CTR – соотношение кликов и показов



Прогнозирование стоимости перехода =
Количество запланированных показов * средний CTR площадки по заданному формату баннера



Правильный баннер:

- Соответствует продукту, аудитории, площадке
- Демонстрирует УТП
- Интригует
- Взаимодействует с пользователем
- Содержит минимум технической информации



Правильный сайт

- Целевая страница баннера должна соответствовать рекламному сообщению баннера.
- Целевая страница должна предлагать клиенту следующее действие (регистрация, покупка, звонок)



Отслеживание эффективности рекламы

Установка и настройка счетчиков

AdRiver, LiveInternet, Google Analytics, Яндекс.Метрика.

Фактическая стоимость перехода.



Спасибо за внимание!

www.sibnet.ru/reclame
(383) 238 40 14

Евгений Савельев
Интернет-маркетолог

savelev@netpost.ru
ICQ: 318 378 330
+7 (383) 375-12-90