



**Место и роль Рекламной Сети Яндекса  
в линейке его рекламных продуктов**

Евгений Ломизе

Управление аудиторией и реклама в  
Интернете

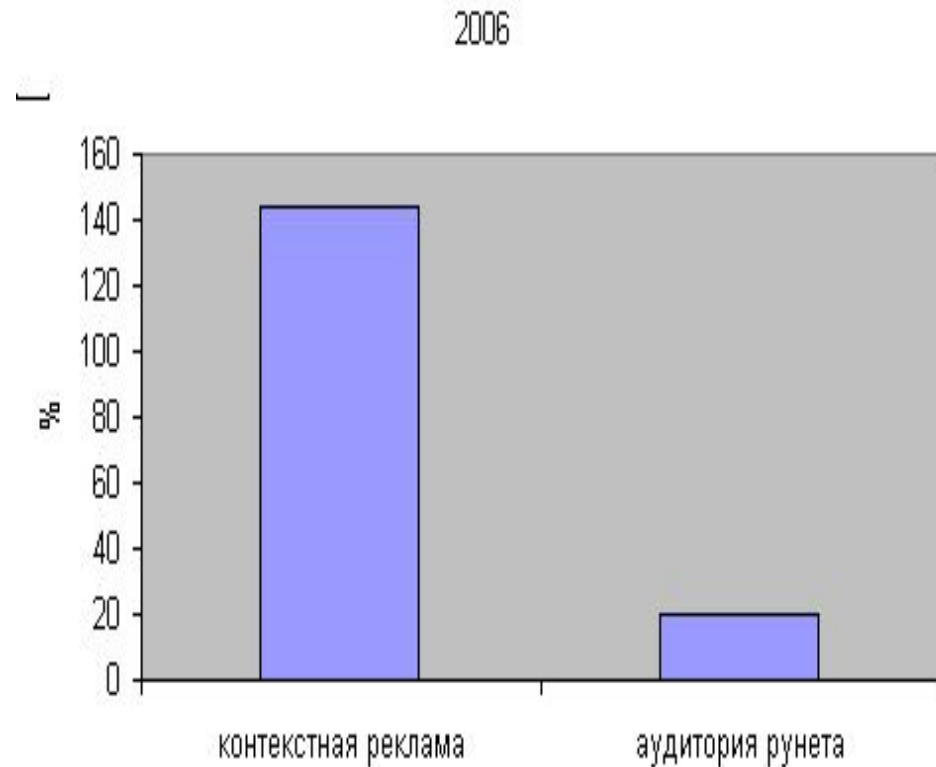
Москва, 22-23 марта 2007

# Рост аудитории рунета и контекстной рекламы в 2006 (%)

Рост рынка  
**контекстной**  
рекламы ~ в 7 раз  
опережает рост  
аудитории рунета =>

неудовлетворенный  
спрос на  
контекстный  
трафик=>

=> Развитие рынка через привлечение новых площадок



# Охота за контекстным трафиком

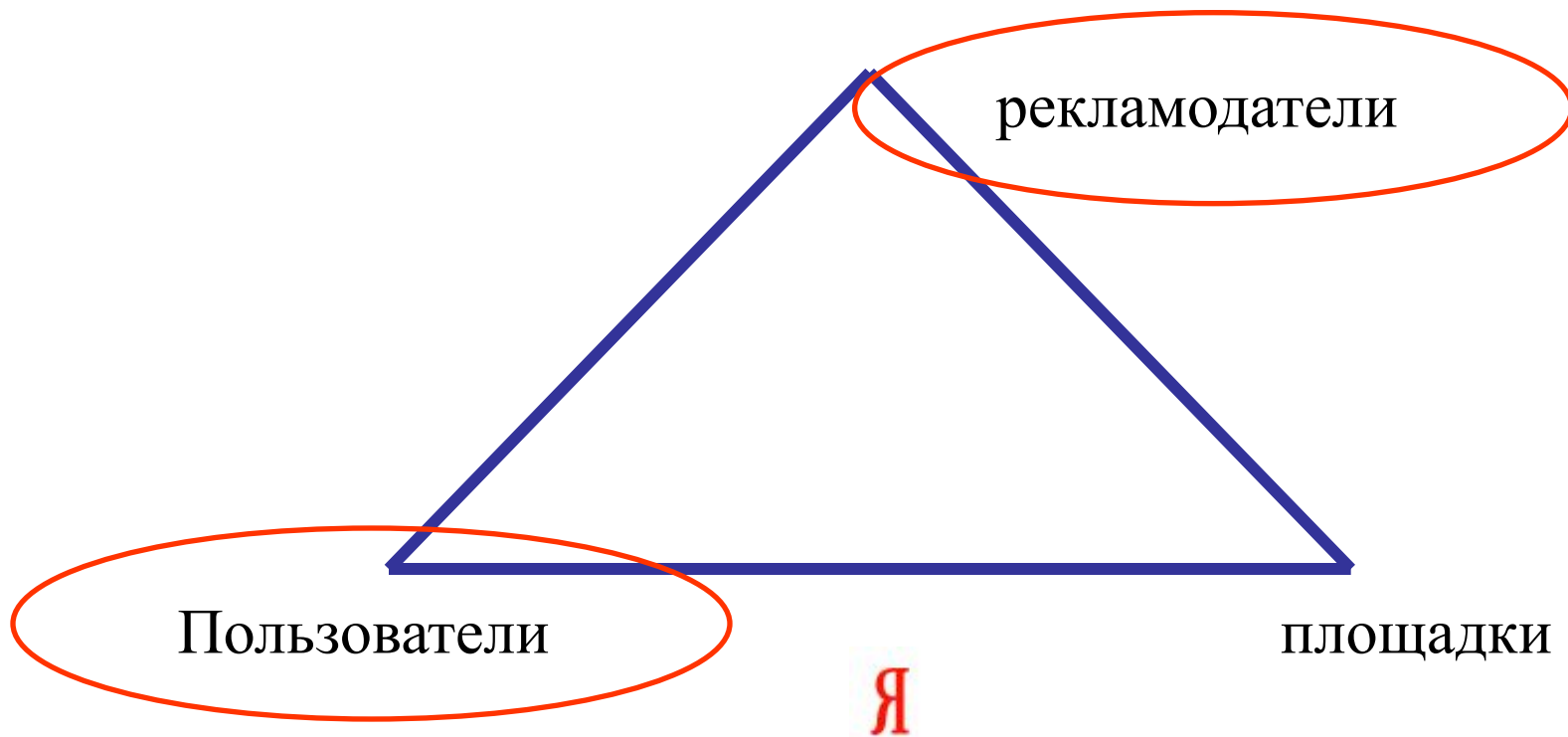
- Нормальные тематические сайты
- Пользовательский контент (UGC)
- Псевдоконтент (> 20% площадок других крупных контекстных сетей рунета)

= > Опасности:

- Снижение эффективности КР
- Рост % недобросовестных кликов (click fraud)
- Засорение интернета

# Миссия рекламной сети Яндекса

- Удовлетворять массовый спрос на контекстную рекламу
- Сохраняя стандарты качества рекламы
- Не стимулируя производство псевдоконтента



# О роли Сетей в развитии Интернета

- Почему реклама на дорвеях – ПЛОХАЯ?
- Повторение феномена почтового спама
- Сети, монетизируя развитие контента, влияют на тренды в интернете в целом
- Мы отвечаем за то, каким будет интернет через 2-3 года

# РСЯ: политика в отношении приема площадок

- ❖ 100% модерация площадок (не принимаются нарушающие законодательство, псевдоконтент, бессодержательные, и пр.)
- ❖ Посещаемость сайта от 300 посетителей в день
- ❖ Мы не вступаем в партнерские отношения с владельцами сайтов, расположенных на бесплатных хостингах
- ❖ Осуществляется мониторинг уже принятых в сеть площадок.

Форма-заявка на странице:  
<http://partner.yandex.ru/>



# РСЯ: стратегия развития сети в отношении площадок

- Приветствуем качественный контент
- Крупные и востребованные сайты
- Лучшим сайтам – лучший доход
- Сохранение контроля за содержанием сайта
- Работа по Оптимизации эффективности рекламы (размещение кода, индексация, фокусировка)
- «Юрикам» - преимущество

# РСЯ: сохранение контекстности

- Таргетинг на тематических страницах должен быть сравним по качеству с таргетингом при **показе по «широким» словам на поиске.**
- Мы **не даем** площадкам возможности управлять выбором объявлений для показа на них (назначать ключевые слова).



# Контроль качества: Яндекс.Метрика

- ❖ Позволяет рекламодателям оценить качество привлечённой на сайт аудитории и измерить конверсию контекстной рекламы
- ❖ Отслеживаются
  - ❖ глубина просмотра страниц сайта
  - ❖ конверсия (долю посетителей, дошедших до покупки или подобного желаемого места на сайте)
  - ❖ стоимость привлечения посетителя, который выполнил желаемое действие

# Контроль качества: Яндекс.Метрика

- **Возможные варианты Целей, достижение которых можно измерять:**
- Просмотр определённого количества страниц
  - ❖ число просмотренных страниц = nn
- Конкретная страница(-ы) сайта, попадание на которую(-ые) является желаемым действием
  - ❖ страница подтверждения заказа (для интернет-магазина)
  - ❖ страница завершения регистрации (для форума)
  - ❖ страница подтверждения добавления адреса e-mail в подписку на рассылку
  - ❖ посещение страниц раздела "Контакты"
  - ❖ посещение страницы со списком дилеров, торгующих продукцией
  - ❖ нажатие на ссылку "Скачать прайс-лист"
  - ❖ скачивание презентаций о товарах
  - ❖ и т. д.

# Контроль качества: Яндекс.Метрика

Средняя глубина просмотра сайтов  
рекламодателей:

Поиск на Яндексе – 6,13 стр.

Контекст в РСЯ - 5,67 стр.



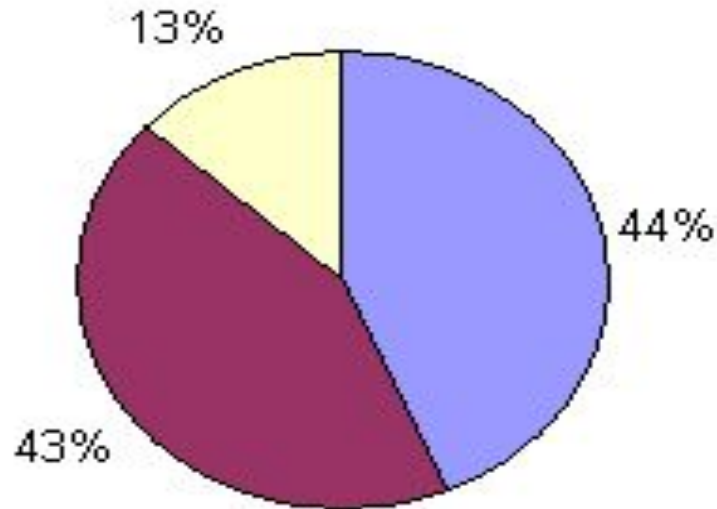
# Контроль качества: фильтрация кликов

Идентифицируются как подозрительные по недобросовестности и не засчитываются:

- На поиске Яндекса - 17.17 % кликов
- - РСЯ - 22.35 % кликов



# РСЯ: расширение аудитории



43% - уникальная аудитория РСЯ  
44% - уникальная аудитория Яндекс.Поиска  
13% - общая аудитория РСЯ и поиска

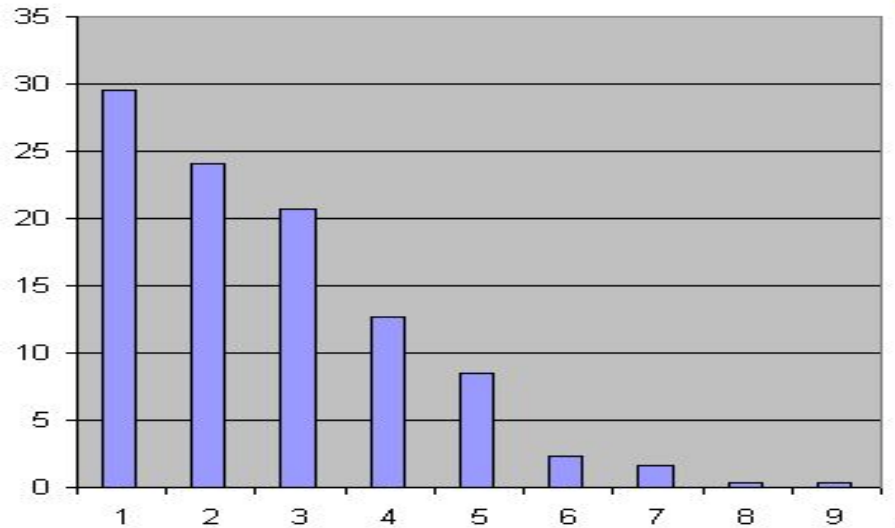
Уже сейчас рекламная сеть увеличивает охват на 75%

# РСЯ: ценообразование

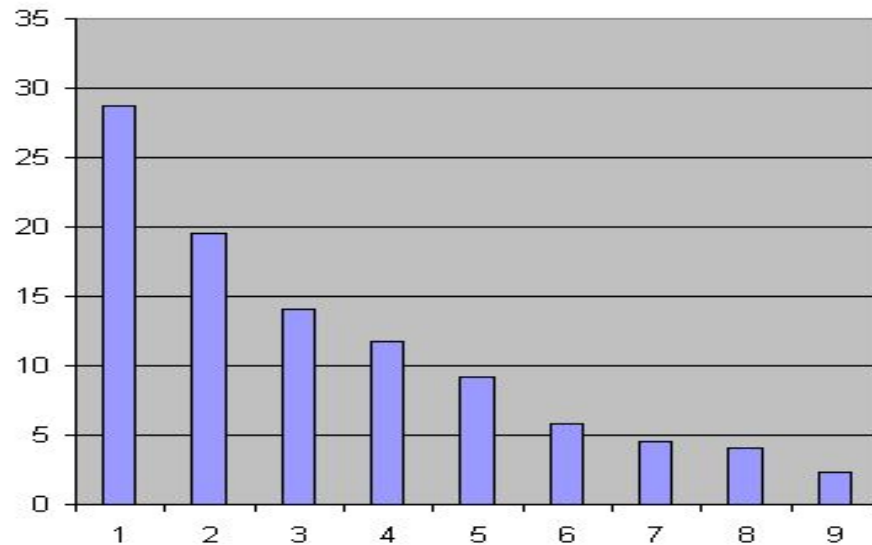
- ❖ Чем выше ставка, тем шире охват площадок
- ❖ Чем выше CTR на тематических площадках, тем дешевле обеспечивается охват
- ❖ Сейчас транслируется ставка, указанная для поиска, с коэффициентом 0.7
- ❖ CTR на тематических страницах **НЕ ВЛИЯЕТ**:
  - ❖ на формирование цен входа в спецразмещение и гарантию на поиске
  - ❖ на отключение слов за низкий CTR

Сейчас средняя цена клика на тематических страницах **на 36%** ниже, чем на поиске.

# Распределение кликов по позициям (%)



На тематических  
площадках



На Яндекс.Поиске

# РСЯ – площадкам

- Гибкие настройки рекламных блоков
- Добавление новых рекламных продуктов
- Инструменты для эффективной настройки рекламных блоков
- «Близкая» служба поддержки
- Регулярные ... и БОЛЬШИЕ выплаты





## **Евгений Ломизе**

адрес: 111033, Россия, Москва,  
ул. Самокатная д.1, стр. 21.  
телефон: +7 (495) 739-70-00  
факс: +7 (495) 739-23-32

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