Анализ мнений и планов рекламодателей, использующих контекстную рекламу

АННА КАРАУЛОВА,
генеральный директор
рекламное агентство MediaGuru

Рекламодатели среди нас

Борис Тылевич,
директор по развитию
компания Slando

Борис Тылевич

Контекст для нас – существенная часть маркетинговой активности. У нас очень специфический бизнес – мы являемся площадкой для встречи продавцов и покупателей, при этом мы не берем комиссию с продаж. С помощью контекстной рекламы мы можем эффективно реагировать на изменение баланса спроса и предложения по разным тематикам и городам. Мы работаем с тысячами активных объявлений.

Ценность инсайдов

Натан Майер Ротшильд

21 июня 1815 года

Одна новость, полученная на два дня раньше официальных источников.

Выигрыш **40 миллионов** фунтов стерлингов.

Агентство контекстной и медийной рекламы
MediaGuru
www.mediaguru.ru

Длительность использования контекстной рекламы

Спрос на информацию о контексте будет оставаться высоким. Однако, для того, чтобы подтверждать свои знания и статус в этой области, уже недостаточно разбираться лишь в функционале систем.

Агентство контекстной и медийной рекламы
MediaGuru
www.mediaguru.ru

Яндекс.Директ vs. Google AdWords

Агентство контекстной и медийной рекламы
MediaGuru
www.mediaguru.ru

Яндекс.Директ vs. Google AdWords

27% людей, которые тратят на Google AdWords менее трети от бюджетов на Яндекс.Директ, недооценивают Google.

Агентство контекстной и медийной рекламы
MediaGuru
www.mediaguru.ru

Выбор системы – от чего он зависит?

На распределение бюджетов между двумя крупнейшими системами контекстной рекламы воздействуют не только экономические факторы целесообразности, но и процент выручки агентства и компетенция его сотрудников.

Агентство контекстной и медийной рекламы
MediaGuru
www.mediaguru.ru

Выбор системы – от чего он зависит?

Руслан Ишмухамедов,
коммерческий директор
агентство Russian Promo

Руслан Ишмухамедов

проблема в том, что для нас как для агентства контекст работает слабо и дорогой он

те у нас больше заказов через сарафанное радио seo и альтернативные источники

я рекомендую одновременно контекст и seo

когда приходят позиции по seo в зависимости от задач можно порезать бюджет по seo

у нас много клиентов http://www.russianpromo.ru/clients/

все используют контекст

Агентство контекстной и медийной рекламы
MediaGuru
www.mediaguru.ru

Цели использования контекстной рекламы

Лидерами в 2012 году станут те, кто сможет работать с контекстом по схеме CPL и CPA.

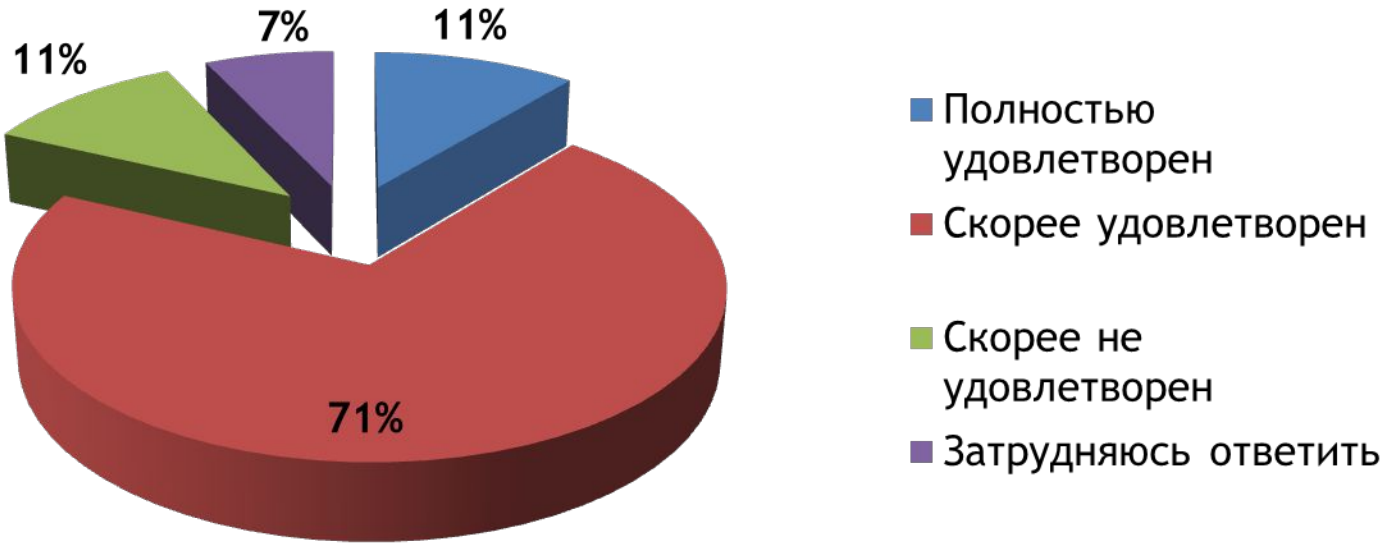
Агентство контекстной и медийной рекламы
MediaGuru
www.mediaguru.ru

Параметры оценки эффективности рекламных кампаний

Судя по исследованию, большинство рекламодателей ориентируют свои рекламные кампании на достижение множественных результатов. Причем часть из них лишь косвенно влияют на продажи (глубина просмотра и время нахождения на сайте).

Агентство контекстной и медийной рекламы
MediaGuru
www.mediaguru.ru

Удовлетворенность результатами кампании



Большая часть опрошенных - 71% - «скорее удовлетворены» результатами контекстных рекламных кампаний.
Основная причина неудовлетворенности – **стоимость**.

Агентство контекстной и медийной рекламы
MediaGuru
www.mediaguru.ru

Параметры удовлетворенности контекстной рекламой

Агентство контекстной и медийной рекламы
MediaGuru
www.mediaguru.ru

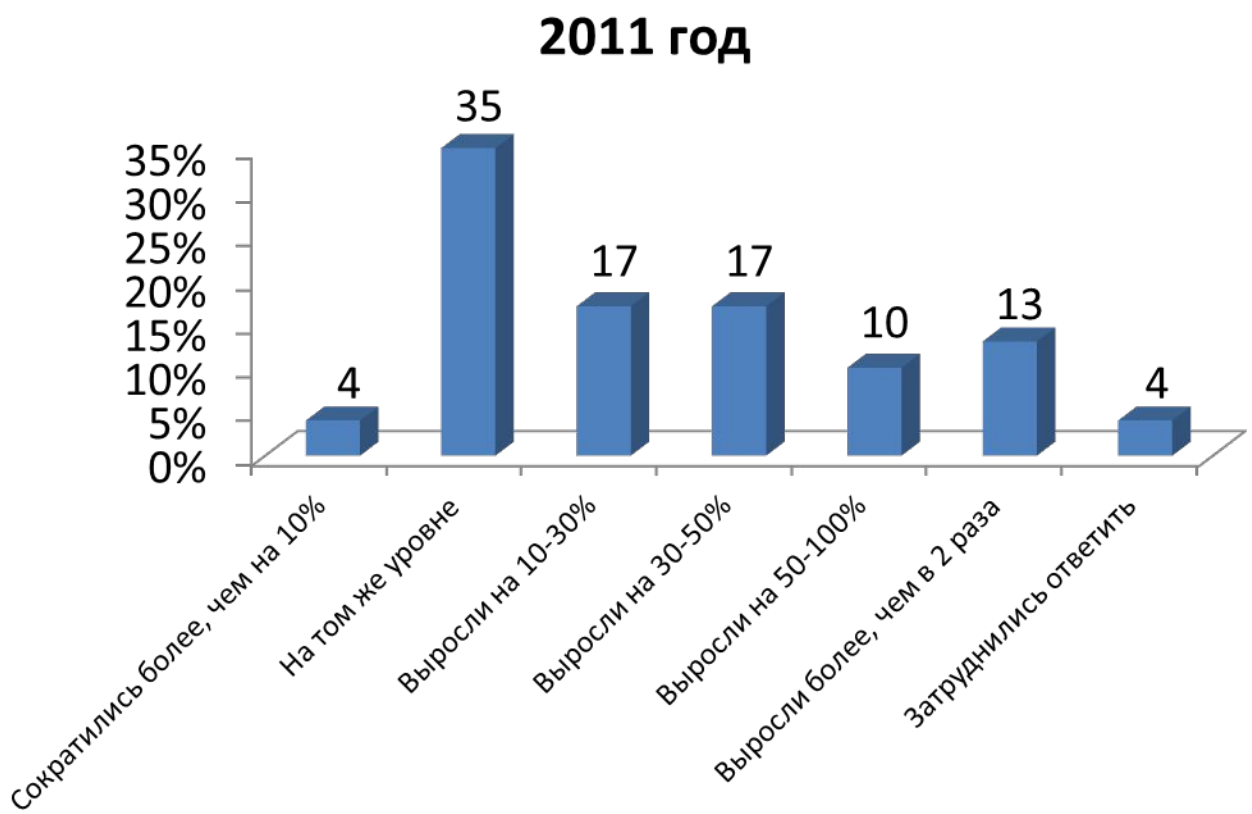
Параметры удовлетворенности контекстной рекламой

Самый низкий показатель у стоимости перехода - этим параметром не удовлетворены 58% опрошенных.

Контекст дорожает и будет дорожать дальше.

Агентство контекстной и медийной рекламы
MediaGuru
www.mediaguru.ru

Расходы компании на контекстную рекламу



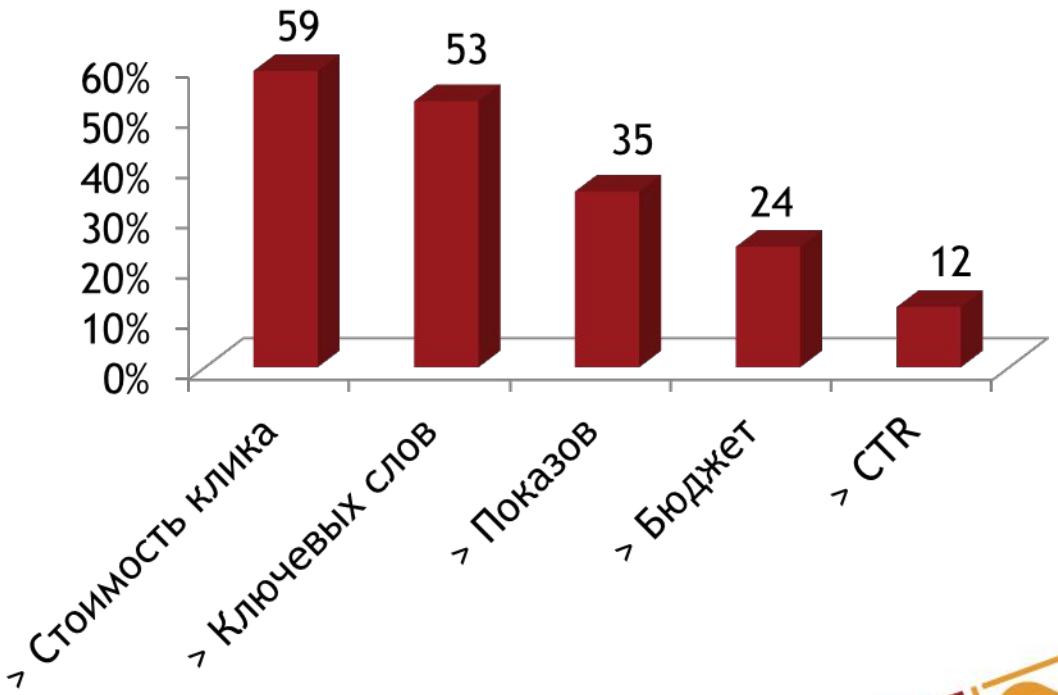
В 2011 году бюджеты на контекст увеличились на 61%. В 2012 этот показатель достиг уже 65%.

Судя по полученным данным, рекламодатели видят потенциал роста, хотя и считают расходы на контекстную рекламу завышенными.

Агентство контекстной и медийной рекламы
MediaGuru
www.mediaguru.ru

Причины увеличения расходов на контекстную рекламу

Стоимость перехода по большинству коммерческих тематик приближается к порогу рентабельности. При сохранении существующего процента конверсии рост CPC может привести к тому, что привлечение каждого нового клиента будет обходиться дороже, чем рекламодатель сможет себе позволить.



Агентство контекстной и медийной рекламы
MediaGuru
www.mediaguru.ru

Почему не увеличиваются бюджеты на контекстную рекламу

Возвращаемся к вопросу знаний и полномочий.

Особенно я рада за те 13% рекламодателей, которые получают через контекст столько клиентов, что больше не имеют возможности обслуживать такое их количество.

Агентство контекстной и медийной рекламы
MediaGuru
www.mediaguru.ru

Инструменты, влияющие на иконверсию

Все инструменты, влияющие на увеличение конверсии, со временем будут все более и более востребованы (Google Website Optimizer - оптимизатор конверсии, разработка Lading Page для разных источников трафика).

Агентство контекстной и медийной рекламы
MediaGuru
www.mediaguru.ru

Таргетированная реклама и дополнительные источники трафика

ТАРГЕТ@mail.ru

Все более и более будут востребованы новые источники трафика.

Привет, таргетированная реклама! Да здравствует Mail.ru!

Подведём итоги

- Покупайте Google – часть рекламодателей его недооценивают.
- Используйте инструменты систем, ориентированные на увеличение конверсии (например, ремаркетинг Google AdWords).
- Тестируйте новые системы и новые стратегии.
- Следите за агентствами: распределение бюджетов не всегда зависит от экономики.
- Контролируйте ставки: чем дальше – тем легче тратятся бюджеты.
- Ставьте только одну цель.
- Контролируйте стоимость достижения цели по каждому из источников.
- Постоянно повышайте свою квалификацию. В 2012 понимания принципов работы систем контекстной рекламы стало недостаточно.

Будьте другими!

Исследование подготовлено

Data Insight

Ваши вопросы?

Анна Караулова,
karaulovakaraulova@mediaguru.ru
http://www.http://www.mediaguru.ru

FB: Анна Караулова