Яндекс

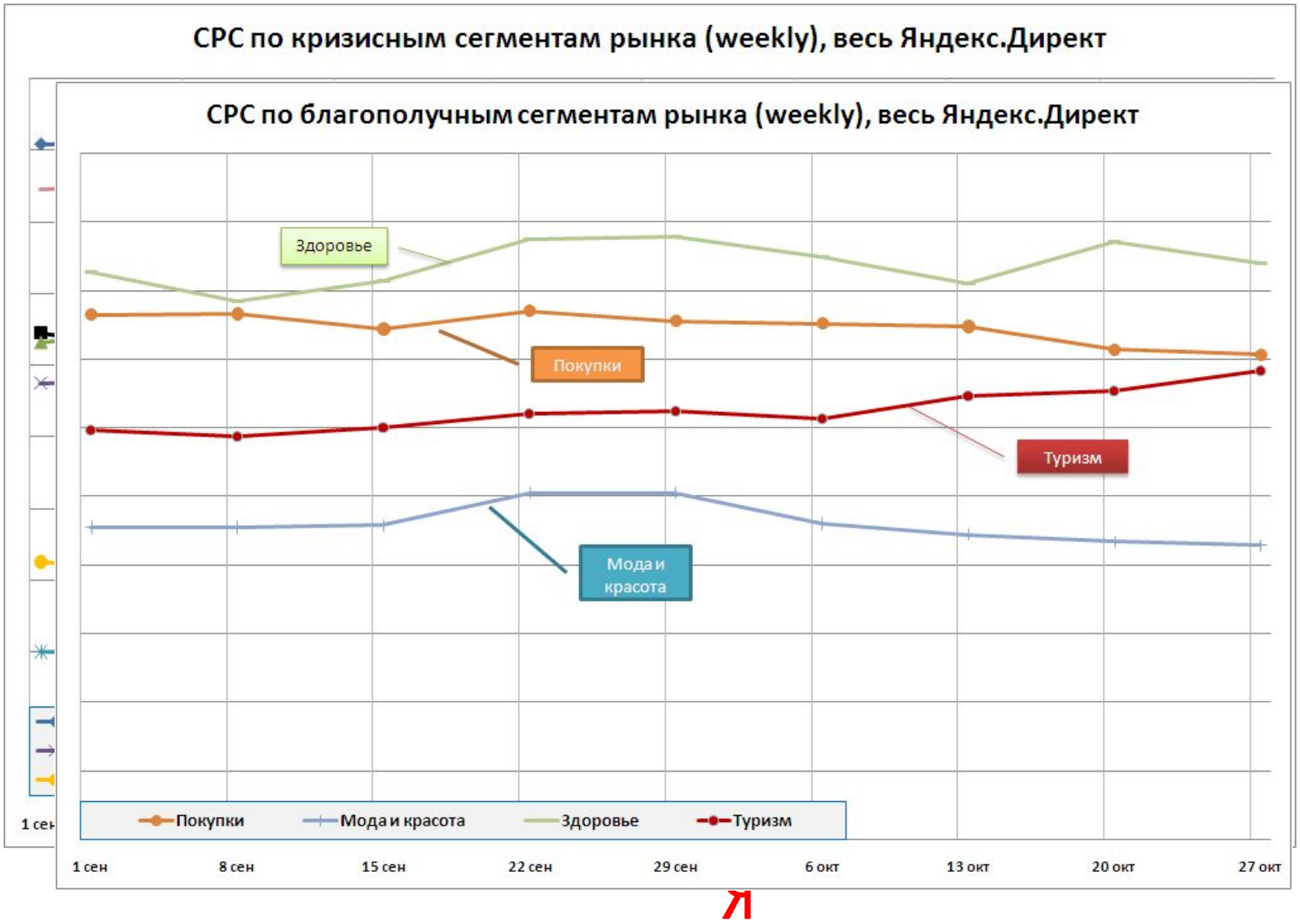
Как может повлиять кризис на развитие контекстныхпродуктов в Рунете

Евгений Ломизе

Поисковая оптимизация
и продвижение сайтов в Интернете

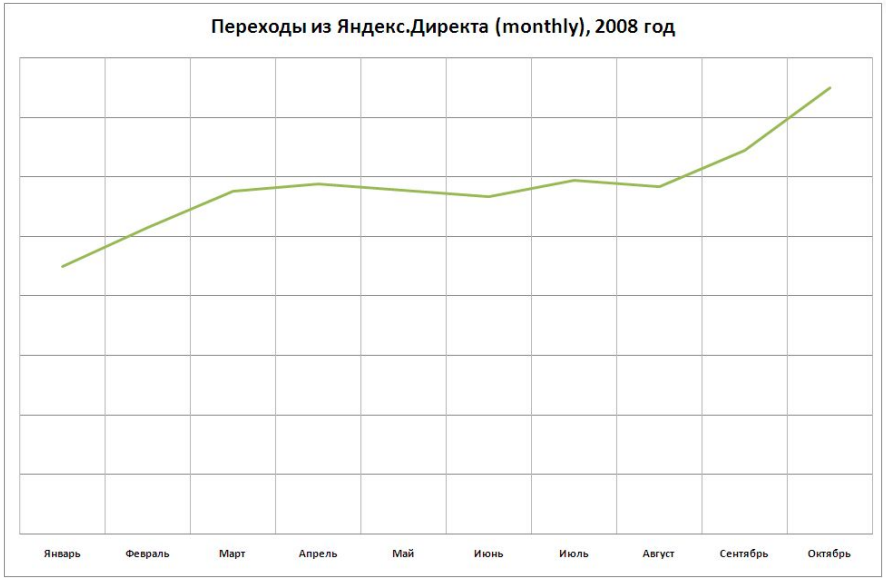
Москва, 11-12 ноября 2008

Действие кризиса в контексте: тревожные симптомы



Действие кризиса в контексте: обнадеживающие показатели:

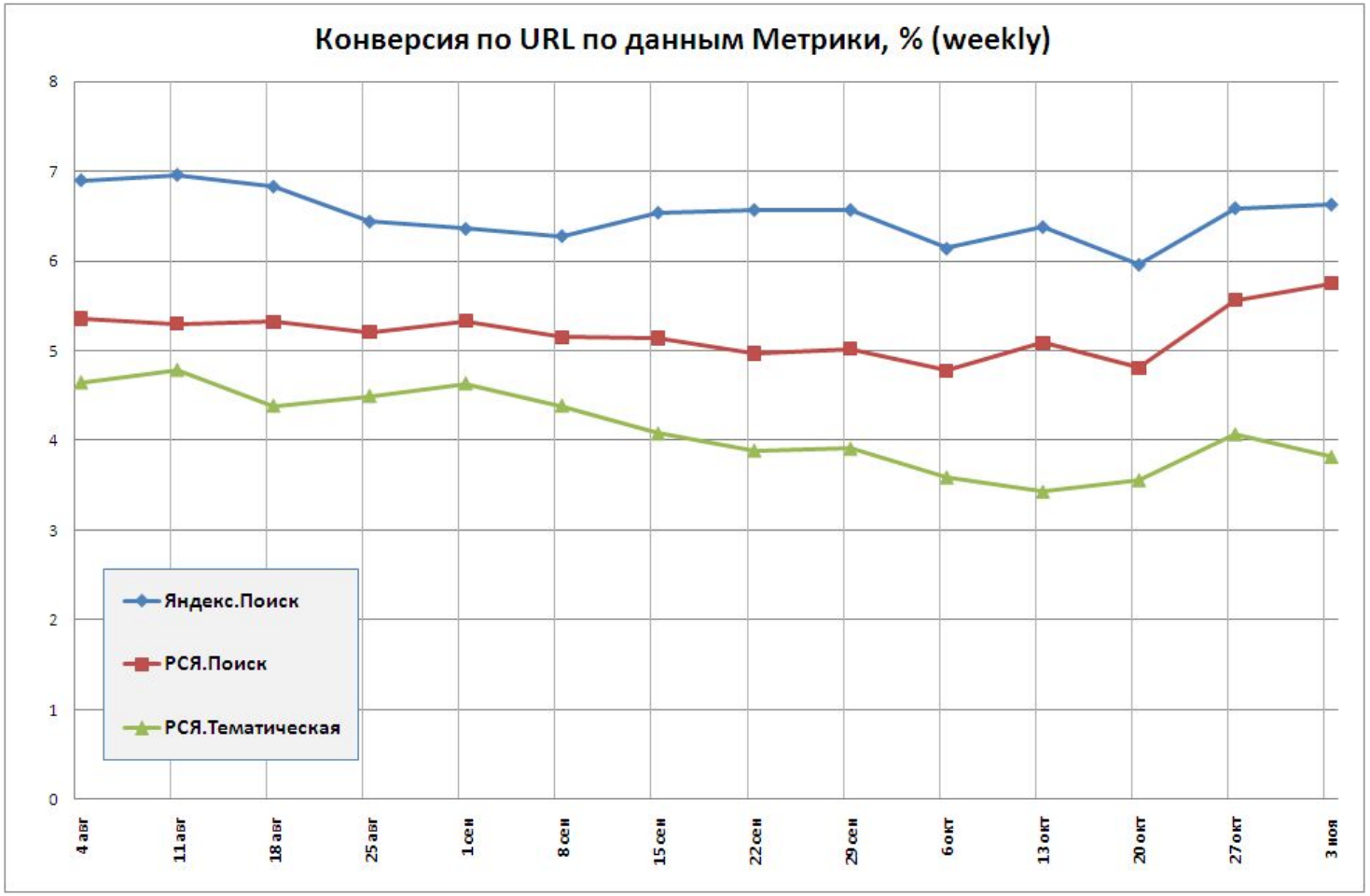
1. Рост количества купленных рекламодателями переходов с контекста идет теми же темпами, что и осенью 2007 г.
2. Сумма вносимых рекламодателями денег стабильно превосходит стоимость оказанных услуг



=> Спрос на контекстный траффик сохраняется.

Я

Влияние кризиса на конверсию



Что критично для рекламодателя во время кризиса?

1. Минимизация стоимости продаж (включая рекламу).

Контекст:

- Управление ценой клика
- Возможность максимально точно попадать в целевого покупателя
- Быстрая обратная связь (Реал-тайм статистика)
- Непрерывная возможность коррекции цены клика и условий показа
- Инструменты оптимизации ROI (Google Analytics, Яндекс.Метрика, OpenStat)

Я

Что критично для рекламодателя во время кризиса?

2. Минимизация рисков

Контекст:

- Возможность вносить деньги минимальными порциями
- Возможность в любой момент приостановить рекламу
- Оплата за переход на сайт рекламодателя

А если рекламный бюджет зарезали?

А контекст – вообще не реклама!

1. Простота создания рекламного материала (=нет вложений в креатив)
2. Возможность тратить помалу
3. Быстрая оборачиваемость средств и обратная связь

=>

Расходы на поисковую рекламу - не из рекламных бюджетов

Чего ждать контекстному рынку?

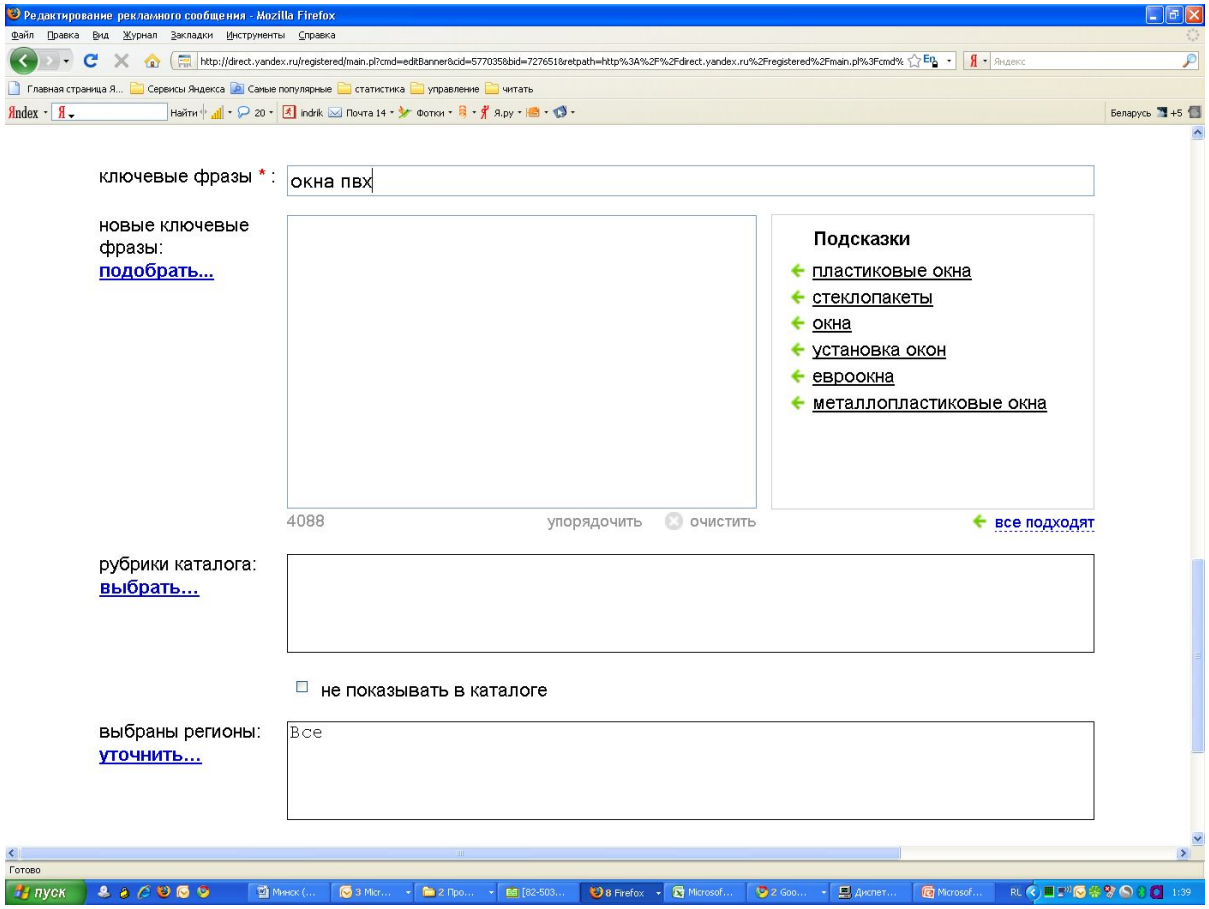
1. Перетекание клиентов из бумажных газет объявлений
2. Приток клиентов с медийными задачами
3. Конец эпохи баннеров в регионах (?)

Развитие контекстных продуктов в условиях кризиса

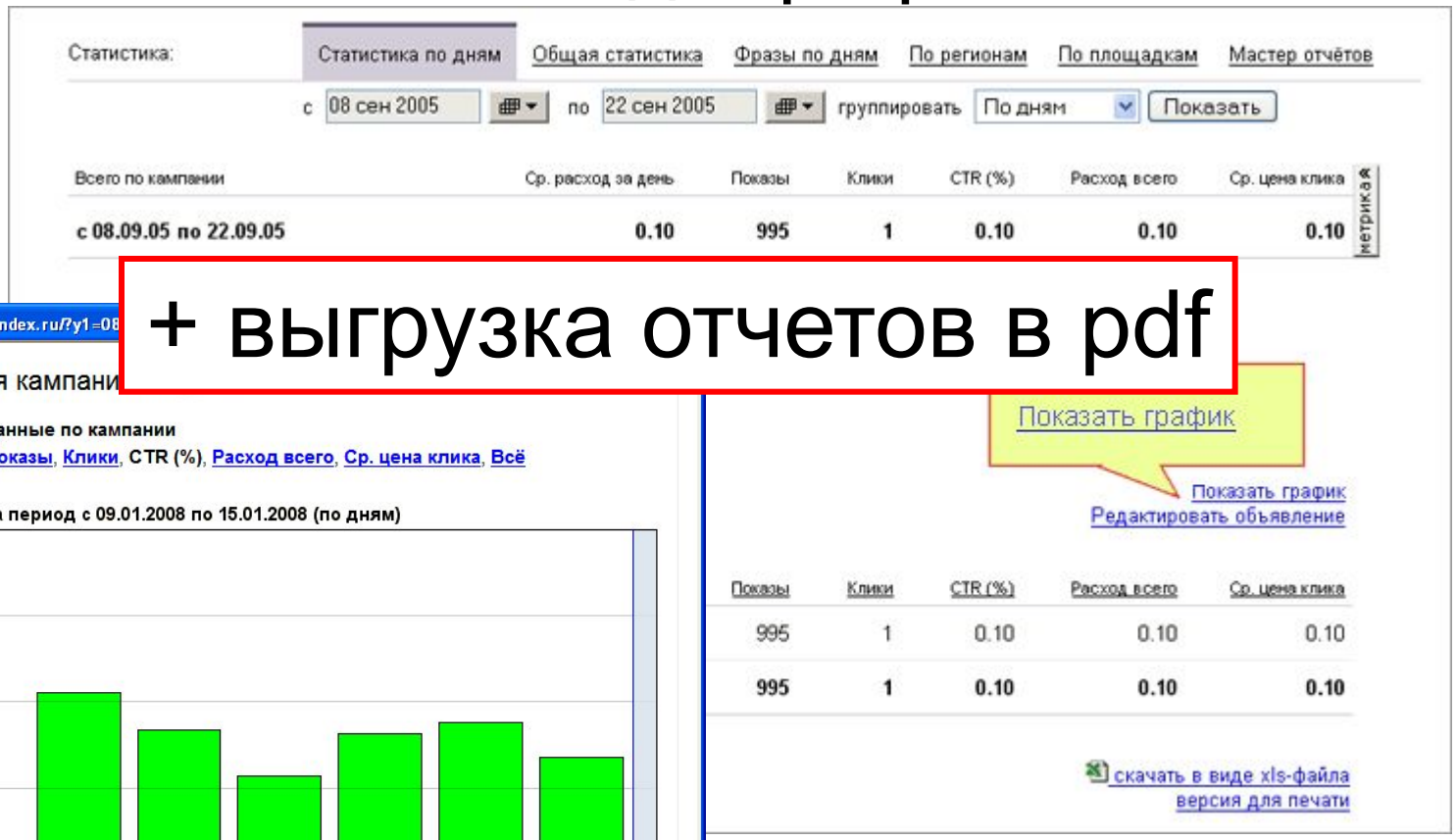
1. Развитие инструментов для клиента стало приоритетнее работы на освоение инвентаря
2. Диверсификация продуктов (точные и охватные, простые и сложные)
3. Живое обслуживание (саппорт, модерация, аккаунт-менеджеры, работа с агентствами)
4. Оптимизация ROI клиентов

Директ: Инструменты для клиентов

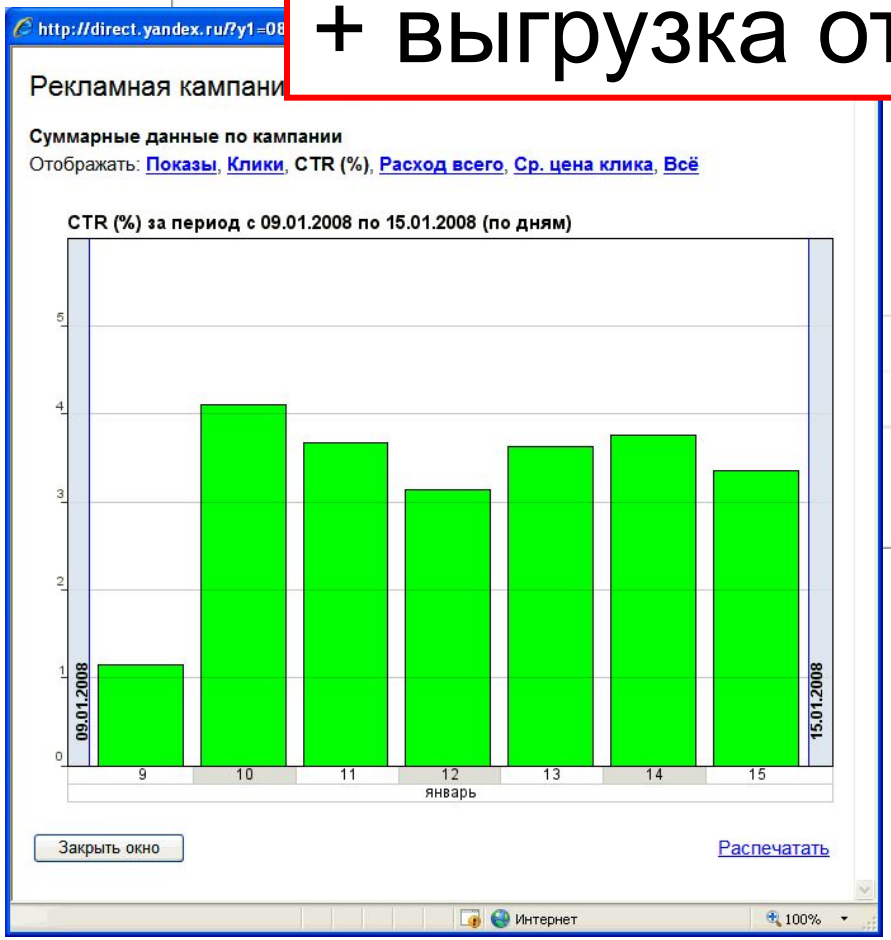
Подсказка ключевых слов



Статистика в виде графиков



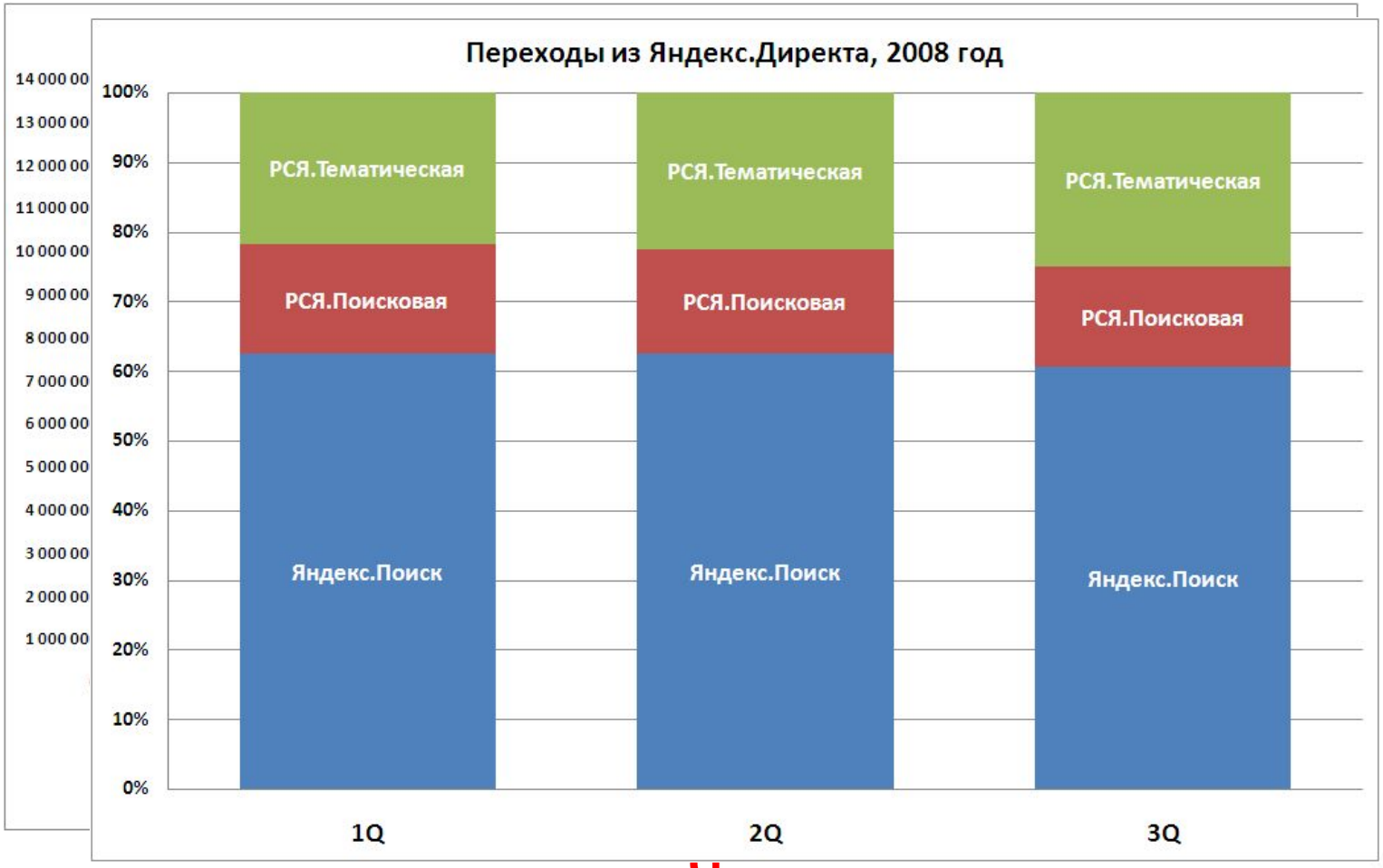
+ выгрузка отчетов в pdf



- На странице "Статистика по дням" по ссылке "Показать график" можно посмотреть в графическом виде суммарные данные (за выбранный период) по кампании и данные по каждому отдельному объявлению.

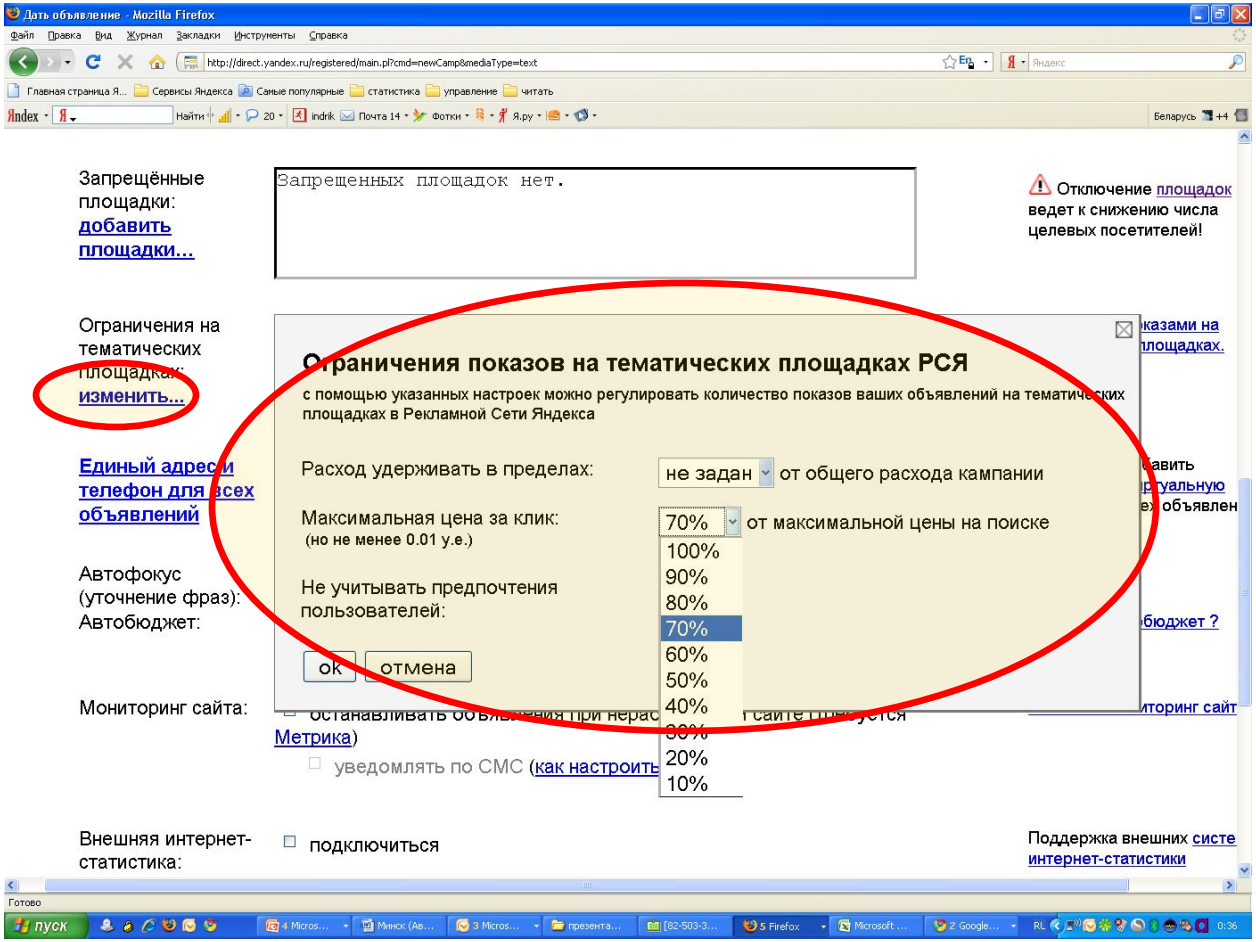
Директ: диверсификация продуктов

Поиск – точность; РСЯ - охватность



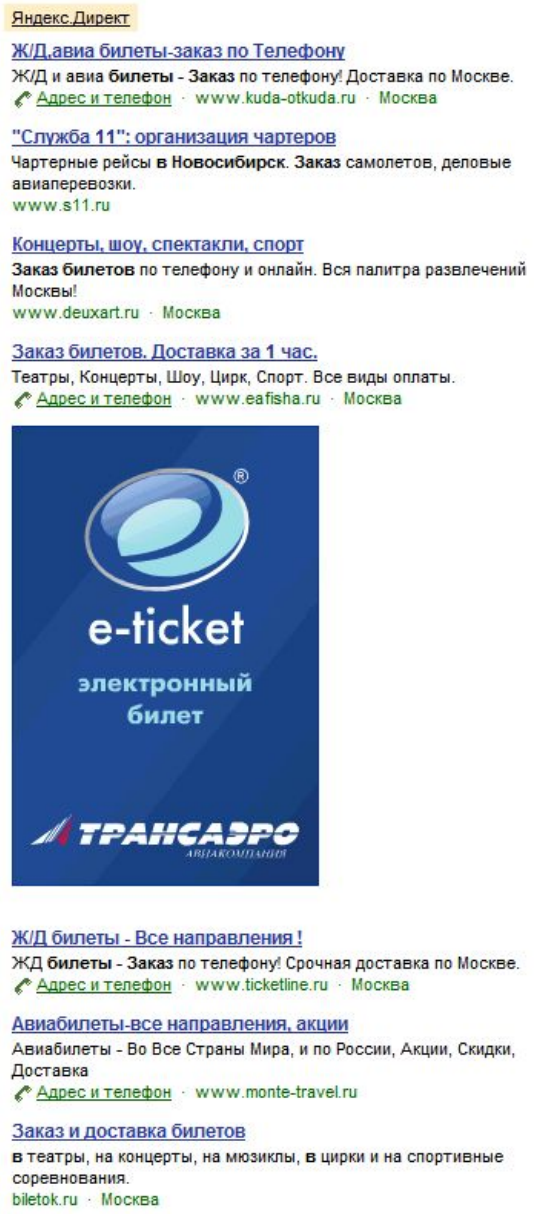
Директ: диверсификация продуктов

Поиск и РСЯ: раздельное управление деньгами



Медийно-контекстный баннер

- Формат 200x300 и 240x400 пикс.
- Оплачивается по показам (60 800 р.)
- Показывается по набору слов (словосочетаний)
- На поиске показывается «внутри» блока Яндекс.Директа (после Гарантированных показов)
- При наличии на странице Яндекс. Маркета, имеет более высокий приоритет, чем «негарантированные» показы Директа
- В РСЯ – на специально отобранных лучших партнерских сайтах



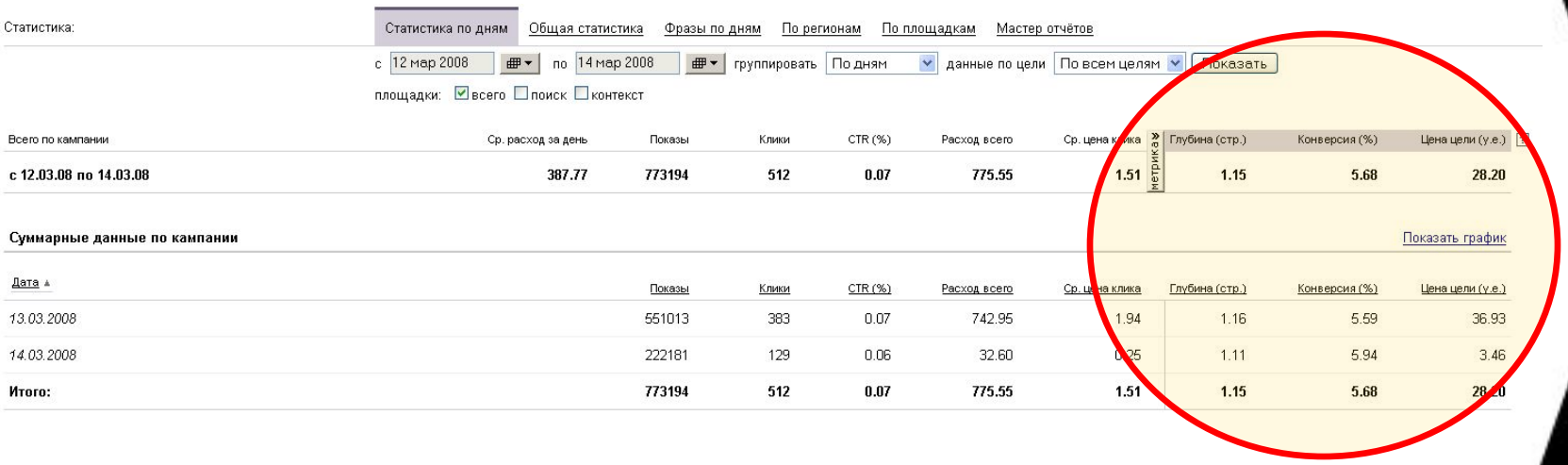
Подробнее:
http://advertising.yandex.ru/medcontext.xml

Живое обслуживание: Я.Директ

1. Модерация и саппорт работают 7 дней в неделю с 9 до 24
2. Частичная постмодерация (до 20%)
3. Овердрафт для постоянных клиентов
4. Отказ от минимального платежа в тарифе «Беззаботный».
   Условием бесплатного обслуживание менеджерами Отдела продаж стал минимальный месячный бюджет.
5. Услуга «Первая помощь» неопытным клиентам –
   предоставляется 1 раз рекламодателям, у которых только одна активная рекламная кампания и не более трех объявлений в ней.

Оптимизация ROI: Я.Директ

- Метрика (инструмент для контроля за качеством трафика) встроена прямо в статистические отчеты продукта)



Статистика: Статистика по дням | Общая статистика | Фразы по дням | По регионам | По площадкам | Мастер отчётов

с 12 мар 2008 по 14 мар 2008 группировать По дням данные по цели По всем целям Показать

площадки: всего поиск контекст

Всего по кампании	Ср. расход за день	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего	Ср. цена клика	Глубина (стр.)	Конверсия (%)	Цена цели (у.е.)
с 12.03.08 по 14.03.08	387.77	773194	512	0.07	775.55	1.51	1.15	5.68	28.20

Метрики

Суммарные данные по кампании — Показать график

Дата	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего	Ср. цена клика	Глубина (стр.)	Конверсия (%)	Цена цели (у.е.)
13.03.2008	551013	383	0.07	742.95	1.94	1.16	5.59	36.93
14.03.2008	222181	129	0.06	32.60	0.25	1.11	5.94	3.46
Итого:	773194	512	0.07	775.55	1.51	1.15	5.68	28.20

- Смс-извещения о недоступности сайта
- Автоматическая остановка и запуск кампании при недоступности сайта

Оптимизация ROI: Я.Директ

1. **Я.Метрика: аппаратный контроль за качеством таргетинга**

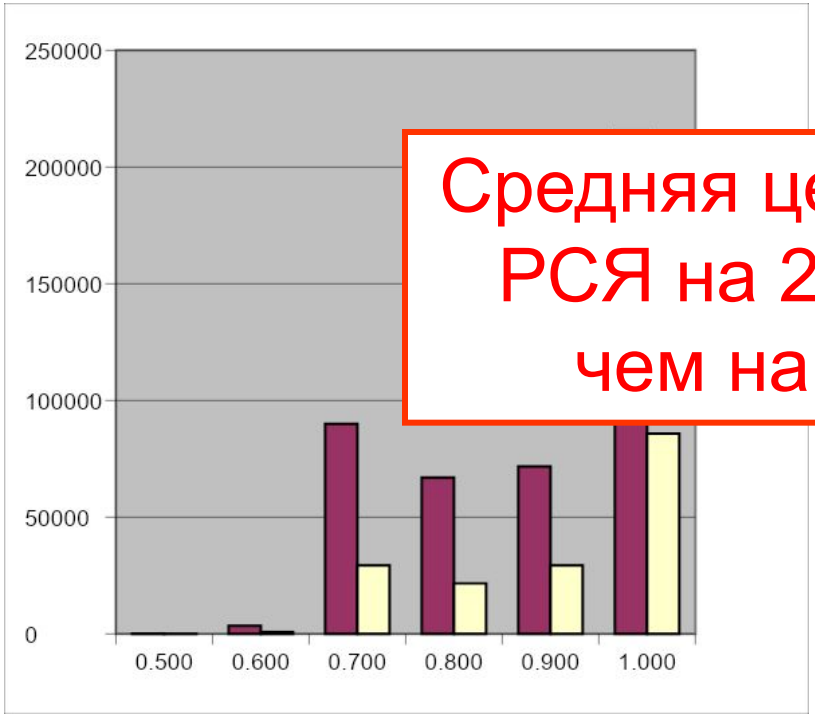
Таргетинг	Глубина просмотра страниц рекламодателя
Поисковый	6,27
Тематический	5,8
Поведенческий	5,73

2. **Я.Метрика: аппаратный контроль за качеством площадок**
   - Отклоняется около 80% заявок на партнерство
   - По мониторингу банятся тысячи работающих площадок

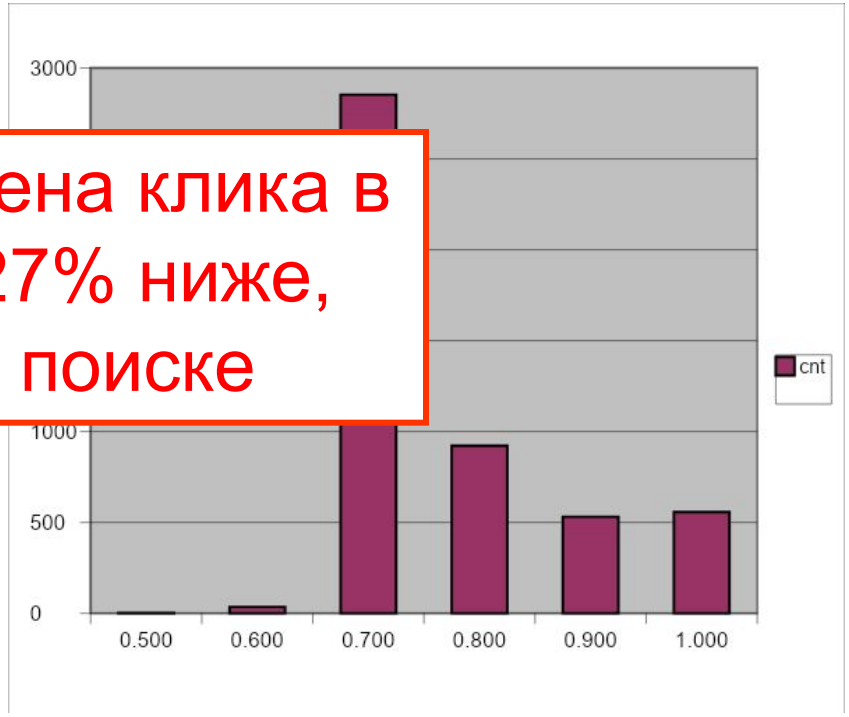
Директ: оптимизация ROI

Назначенная рекламодателем CPC в РСЯ умножается на ценовой коэффициент площадки

По кликам и обороту:



По количеству площадок:



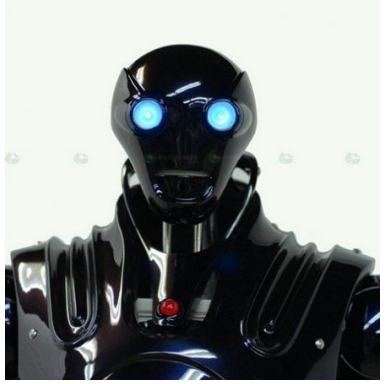
Средняя цена клика в РСЯ на 27% ниже, чем на поиске

Я

Директ: оптимизация ROI

Фильтрация клик-фрода

Роботы



Живые кликеры

Зомбированные компы

	Оценка Click Forensics	Yandex	Google
Своя площадка	16%	16,9%	~10%
Партнерская сеть	28%	18%	

Оптимизация ROI: почему не CPA?

- Целевая страница присутствует у меньшинства рекламодателей
- Высокая стоимость действия – меньшая защищенность от фрода
- Новый риск – рекламодательский фрод

А теперь послушайте сказку…

Я

Евгений Ломизе

адрес: 111033, Россия, Москва,
ул. Самокатная д.1, стр. 21.
телефон: +7 (495) 739-22-22
факс: +7 (495) 739-23-32

эл. почта: eml@yandex-team.ru