

ДОКЛАД

**«Эволюция медиапланирования.
От покупки трафика к покупке аудитории»**

КАК ЭТО БЫЛО

+SOL

Первые баннеры в Интернете

В мире*

25 апреля 1994 года, сайт HotWired.com

Баннер никуда не вел!



В России**

1997 год, Mail.ru

первые баннеры продавали по \$35 за день



Корпорация «АКАДЕМСЕРВИС»

Путешествия
Туризм

Страны
Города

Курорты
Отели

Визы
Билеты

*Источник: <http://thelongestlistofthelongeststuffatthelongestdomainnameatlonglast.com/first66.html>

**Источник: www.sostav.ru

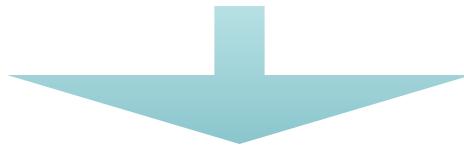
ПЕРВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ

+SOL

Размещаем баннер на
главной странице сайта N
на неделю

Следим за посещаемостью
сайта рекламодателя

И ЕСЛИ ПОСЕЩАЕМОСТЬ РАСТЕТ



Значит, реклама работает!

ПРОДВИНУТЫЙ УРОВЕНЬ



**Стали планировать такие показатели, как
количество показов, R&F, SOV**

#	Площадка	Позиция	Формат	Тип размещения	Период	октябрь				ноябрь				Количество показов	SOV, %	
						02.10 - 08.10	09.10-15.10	16.10-22.10	23.10-29.10	30.10-05.11	06.11-12.11	13.11-19.11	20.11-26.11			
Охват																
1	Mail.ru	стартовая страница (после ввода логина/пароля)	текстовый блок с логотипом	статика	2	день	06.окт				30 окт.				14 300 000	100,00%
Кино																
2	Kinomania.ru	главная, справа	240x400 flash/gif	статика	8	недели									3 000 000	100,00%
LifeStyle																
3	Timeout.ru	все страницы, справа	240x400 flash/gif	динамика	4	недели	30	30	30	30					120 000	30,00%
Рестораны																
4	Afisha.ru / Рестораны	раздел "Рестораны", справа	780x90 flash/gif	статика	1	неделя									57 000	100,00%
5	Menu.ru	главная, сверху	600x90 flash/gif	динамика	4	недели	14		14		14		14		56 000	29,79%
Деловые ресурсы																
6	inline.ru	Главная страница, слева	240x400 flash/gif	статика	2	недели									200 000	100,00%
7	Expert.ru	Главная страница, второй экран, центр, Москва, Санкт Петербург, Екатеринбург	300x150 flash/gif	динамика	1	недели		20							20 000	50,00%
														Итого показов: 17 753 000		

ПРОДВИНУТЫЙ УРОВЕНЬ

+SOL

И даже прогнозировать CTR и охват!

#	Площадка	Позиция	Формат	Тип размещения	Количество показов	CTR	Клики	Охват	
1	Mail.ru	стартовая страница (после ввода логина/пароля)	текстовый блок с логотипом	статика	14 300 000	0,12%	17 160	3 177 778	
2	Kinomania.ru	главная, справа	240x400 flash/gif	статика	3 000 000	0,10%	3 000	600 000	
3	Timeout.ru	все страницы, справа	240x400 flash/gif	динамика	120 000	0,30%	360	30 000	
4	Afisha.ru / Рестораны	раздел "Рестораны", справа	780x90 flash/gif	статика	57 000	0,30%	171	14 250	
5	Menu.ru	главная, сверху	600x90 flash/gif	динамика	56 000	0,20%	112	14 000	
6	Inline.ru	Главная страница, слева	240x400 flash/gif	статика	200 000	0,20%	400	50 000	
7	Expert.ru	Главная страница, второй экран, центр, Москва, Санкт Петербург, Екатеринбург	300x150 flash/gif	динамика	20 000	0,30%	60	10 000	
					Итого:	17 753 000	0,22%	21 263	3 116 822

Как следствие – количество кликов и активность пользователей на сайте рекламодателя

Таргетирование – первые попытки купить нужную аудиторию на выбранном сайте

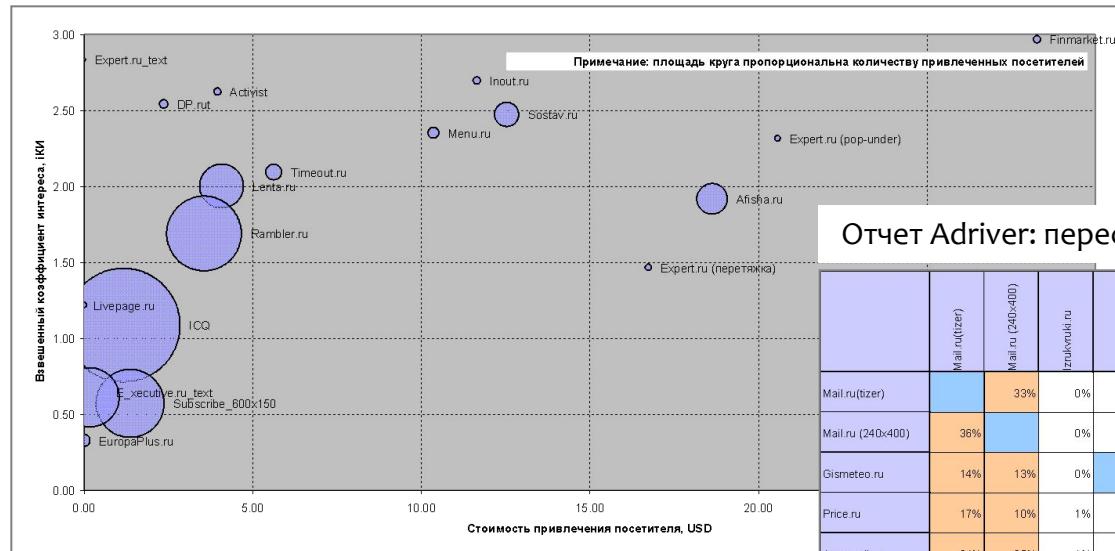


ПРИМЕРЫ ОТЧЕТОВ

+SOL

Отчеты по кампании помогают оценить эффективность уже **ПОСЛЕ** того, как кампания закончена

Отчет Adriver: оценка эффективности использованных в кампании ресурсов



Отчет Adriver: пересечение аудиторий по рекламной кампании

	Mail.ru(tizer)	Mail.ru (240x400)	Izrukvruki.ru	Gismeteo.ru	Price.ru	Auto-mail.ru	Autonet.ru	Autoreview.ru	Sports.ru	Sovsport.ru	Ferra.ru	Admedia.ru (Туризм)	Admedia.ru (Отдых/развлечения)	Izrukvruki.ru
Mail.ru(tizer)		33%	0%	3%	1%	5%	0%	0%	0%	2%	0%	1%	1%	2%
Mail.ru (240x400)	36%		0%	3%	0%	5%	0%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	3%
Gismeteo.ru	14%	13%	0%		1%	3%	0%	0%	0%	3%	0%	1%	0%	2%
Price.ru	17%	10%	1%	4%		3%	0%	0%	1%	3%	1%	1%	1%	1%
Auto-mail.ru	34%	35%	1%	4%	1%		1%	1%	0%	3%	1%	1%	1%	3%
Autonet.ru	15%	14%	1%	4%	1%	11%		1%	0%	4%	1%	1%	1%	2%
Autoreview.ru	11%	11%	1%	8%	1%	14%	1%		1%	3%	2%	1%	1%	2%
Sports.ru	10%	10%	0%	3%	1%	2%	0%	0%		20%	1%	1%	1%	1%
Sovsport.ru	18%	14%	0%	5%	1%	4%	1%	0%	5%		1%	1%	1%	1%
Ferra.ru	12%	10%	1%	4%	2%	5%	1%	0%	1%	4%		1%	1%	1%
Admedia.ru (Туризм)	22%	15%	2%	4%	1%	4%	1%	0%	1%	4%	1%		8%	0%
Admedia.ru (Отдых/развлечения)	22%	16%	1%	3%	1%	4%	1%	0%	1%	3%	1%	8%		0%
Izrukvruki.ru	34%	43%	0%	7%	1%	7%	1%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	

А ЕСЛИ...

1. Планировать кампанию только на тех пользователей, кому она может быть интересна
2. Автоматически учитывать пересечение аудитория по сайтам
3. Уже по ходу кампании оптимизировать эффективность разных креативов
4. Оценивать реальный интерес пользователя к показываемой рекламе

ТЕПЕРЬ ЭТО ВОЗМОЖНО!

A Definition?

- Targeting collective segments of users with content and advertising based on anonymous previous activity and attributes

Creative Retargeting

Site Re-targeting

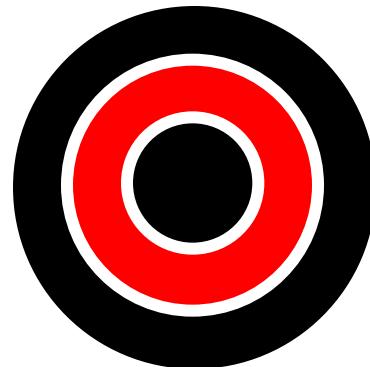
Workplace Targeting

Demo-Targeting

Search Re-targeting

Geo-Targeting

Behavioural Segments



Opportunities to reach engaged shoppers are limited



Decide you want to buy a car



Vehicle Purchase

8-12 weeks in-market time

Time spent on Internet

5 % research time

95 % remaining time

Auto Marketing Dynamics

- Consumers are in-market for an average of 8-12 weeks
- During this time, consumers spend less than 5% of their time on automotive research sites
- Until now, inventory targeted to in-market consumers has been in short supply

How Behavioural Targeting Works

+SOL

1

Users are given a REVSCI cookie and assigned to one or more segments based on:

- What they do
 - Sections/Categories
 - Pages
 - Microsites
 - Words in articles
- Searching for specific terms

How they do it

- Frequency
- Recency



Who they are

- SIC (Industry)
- Domain (Company Name)
- FTSE Rank
- Registration Data?

2

All segment memberships are created in real time and loaded into our real time JavaScript servers which pass the segment IDs into an array and stamp those IDs into a local cookie in the publisher's domain



3

On the user's next page view after they become a member of a segment, their cookie is stamped with all current segment IDs, and the IDs are placed into the ad tag.

All ad calls now consider a user's segment IDs.

The Ad Server will always make the final decision on which ad runs (based on priority, CPM, etc) but now it has a segment option



Data collection and segment definition is the really interesting part

Four Primary Ways to Build Audience Segments



- **Category Based**

- All users that read “X” number of pages in a specific area of the site over the last 1 day to 12 weeks
- When a campaign needs specific targeting and a section is sold out
- Expanding the duration of a special event or sponsorship

- **Article Based**

- All users that read articles with the following words/phrases over the last 1 day to 12 weeks
- New “Virtual” categories provide infinite possibilities for highly targeted audiences, regardless of what content areas you have

- **IP Targeting**

- Using Digital Envoy, the most trusted and accurate IP resolution source (used by DART/Atlas/etc) users’ IP Address are resolved to target:
 - Industry, Company Name, Company Size, Speed, Geo, etc

- **Search Terms**

- Create audience segments based on the words and phrases that users type into your on-site search engine
 - Grow search campaigns, by targeting users after they search

Note: Any of these conditions can be combined to increase reach and/or relevance.

- **Registration Data**

- Profiles from key partner sites

Example of Advanced Segment

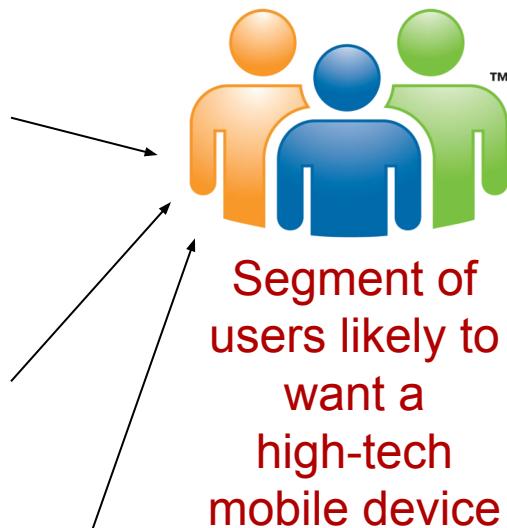
26 марта 2009 09:04
Бизнес
партнер новостей бизнеса: министерство культуры, агентство науки и технологий, спорт
глобальный консорциум, вымпел-комм, кинес, деловой союз, кубок мира, лыжно-биатлонный фестиваль, венчурный фонд

Apple приносится к нетбукам

Скоро может появиться первый нетбук с сенсорным экраном. Над ним, по сообщениям источников, работает Apple. Достоинством такого устройства станет то, что его производители не позиционируют функциональность, полагают эксперты.

Источник: MySpace выпускает убийцу iPod

MySpace собирается выпустить конкурентную платформу, ориентированную под рынок социального музыкального сервиса. Базовая модель «убийца» сервиса уже применяют конкуренты, прежде всего Apple. В России подобная схема не будет работать из-за обилия пиратских источников музыки.



26 марта 2009 09:03
ПОИСК
партнер новостей политики бизнеса: министерство культуры, агентство науки и технологий, спорт
глобальный консорциум, вымпел-комм, кинес, деловой союз, кубок мира, лыжно-биатлонный фестиваль, венчурный фонд

Apple приносится к нетбукам

14:03:09 12:19 — Текст: Татьяна Капитонова
Фото: Илья Галкин

Новости | Аналитика | Бизнес | Финансы | Общество | Консалтинг | Культура | Наука | Автомобили | Год | Книги | Колонки | Интервью | Новости | Справочник

УЧИТЬСЯ ПОИСКУ:

Наша новость теперь на экране Вашего телефона

OR

Working for a Technology company

Чемпионат.ру

Лучший футболист России 2009 по версии интернет-болельщиков

Чемпионат.ру | Клуб прогноза | Фотогалерея | Конференции | Блоги | Форум | ТВ-программа | Видео трансляции | Игры | Рейтинг УЕФА | Спортивные | Таблицы переносов | Виды спорта

Чемпионат.ру | Клуб прогноза | Фотогалерея | Конференции | Блоги | Форум | ТВ-программа | Видео трансляции | Игры | Рейтинг УЕФА | Спортивные | Таблицы переносов | Виды спорта

Лучший футболист России 2009 по версии интернет-болельщиков

Сорокин: на аппарате РФС ходят хватит

25 марта 2009 года, среда 23:00
Автор: Денис Цимо, "Чемпионат.ру"
Фото: Александр Сорокин, "Чемпионат.ру"

Разместить в блоге

Фотографии с презентации новой формы сборной России:
http://www.championat.ru/photo/03-25_revelation_50

Гендиректор РФС Алексей Сорокин рассказал о новом контракте с "Аэрофлотом", признался, что он никого вынужден предыдущего — с "Найоном", и рассказал о том, как разрабатывалась форма для сборной.

— Позади много дней кропотливой работы — сразу заявил Сорокин. — Следующий матч наша команда сыграет уже в новой форме. Она несет в себе элементы старой, но и новые, интересные элементы. А кроме этого соответствует национальному корпоративу — сделана под штат

26 марта, четверг

9:00 Встреча на Кубок дружбы предстоит Европы и бур

9:00 Сурин: наша цель — победа в Кубке УЕФА!

8:49 Команда: команда типа Альянса сильнее, но непримечательна

8:43 Невероятный! для меня "Зенит" — открытие книги

6:19 Фото: начало сборную России по видеоконференции

Touching is believing.
The video camera from iPhone is now available in Apple's App Store.

LIVEJOURNAL INTERNET Search

Example: Blogs

INFOCUS | CREATE AN ACCOUNT | POST TO JOURNAL | EXPLORE LJ | GIFT SHOP

LJ for mobile devices Mobile settings All LJ statistics

Живой Журнал — это возможность выразить себя, поделиться своей жизнью и связаться с друзьями в сети.

Вы можете использовать LiveJournal различными способами: как личный дневник, блог, дискуссионный форум, социальную сеть и так далее.

Живой Журнал | Пишите | Читайте | Общайтесь | Мобильный ЖЖ

Say hello to iPhone.

BP Target Neutral – Multiple Success Points



- BP Oil used behavioural targeting on Guardian.co.uk to educate consumers on how to reduce CO₂ emissions and drive sign-up for the target neutral scheme
- COMPOSITION:
 - Behavioural targeting advertising was more effective than ROS at reaching users who are “very concerned” about the impact of vehicle CO₂ transmissions on the environment
 - After exposure to the ads, users feel better about BP
- RESPONSE:
 - Conversions attributed to the behaviourally targeted ads were significantly higher than the non-targeted portion of the campaign
 - Even though the actual click rate was lower for behavioural, the clicks were highly qualified = far better conversion
 - The quality of a click is usually more important than the quantity of clicks.

ТЕНДЕНЦИЯ

+SOL

Изменение медиаплана: от покупки трафика к покупке аудитории

Классический медиаплан

Покупка трафика «вслепую»:

Список сайтов
Параметры таргетинга
Гео
Частота
Время
Пол, возраст



Новый тип медиаплана

Покупка аудитории:

Мужчина, 25-35,
Москва,
25% времени проводит на
авто-сайтах,
30% времени читает бизнес
новости



НОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ

+SOL



Живой Журнал - Windows Internet Explorer
http://www.livejournal.ru/
Rambler
Найти... Результаты Поиск
Живой Журнал
LIVEJOURNAL
Например: Блоги
ГЛАВНАЯ ГОВОРЯТ ТЕХНОЛОГИИ АВТО МУЗЫКА КИНО КНИГИ ДЕНЬГИ БАЗАР
RSS-потоки Мобильная версия Все сервисы
Все посты Все фото Знаменитости Рейтинга Сообщества
Альфа-
ТЕМДНЯ
Франция времен Второй мировой
4 говарит 3 комм в 11 ч. 10 мин.
Как жили французы во время фашистской оккупации? Насколько их жизнь отличалась от мирной? szhaman помещает в своем блоге работы скандального известного во Франции фотографа Андре Зука. Посмотреть

Андре Зук
Зарегистрируйся и читай
Заклеенные и перекошенные номера
3 комм, в 12 ч. 21 мин.
В дополнение к уже опубликованным в ru_auto десяти способам обмануть камеры слежения на автотрассах elihava предлагает одиннадцатый: соединить цифры номера изолентой, что, по его мнению, не позволит компьютеру распознать их. Комьютер не разберет - данные должны
0277нт 99
Done

Interaction Rate = 15%

В стандартный ТВ ролик был добавлен элемент интерактива – пользователю предлагалось двигать мышкой по баннеру в заданном направлении

НОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ

+SOL

VTR (view through rate), привлечение внимания

Для in-video-banner

отношение просмотров видео к показам баннера

The screenshot shows a Mozilla Firefox window with the address bar pointing to <http://www.sol-agency.ru/advertiser/in-b-video.html>. The main content area displays a livejournal.com post. On the left, there is a video player with a red border around its frame, labeled 'ADVERTISEMENT'. To the right of the video, a sidebar titled 'tags' lists various hashtags: brand2you, new media, new people, sol life, sol people, sol projects, and даже не знаю какой тэг поставить. A large red starburst graphic in the upper right corner contains the text 'VTR = 17,2%' and 'CTR = 2,15*'. At the bottom left, a message reads: 'Передача данных с www.fsewt.com...'.

По результатам
тестовой
кампании

Примеры размещений: <http://www.sol-agency.ru/advertiser/in-b-video.html>

РЕЗУЛЬТАТЫ ТЕСТОВЫХ КАМПАНИЙ

+SOL

Рекламируемый Бренд	VTR,% Привлекательность	CTR,% Кликабельность
Теплые полы «CALEO»	17,5	2,8
Автомобиль “SUZUKI Grand Vitara”	6,9	0,9
Автошины «Cordiant»	12,5	1,6
Автомобиль «Peugeot 308»	7,6	0,9
Производитель ЯХТ «Caravelle»	16,2	1,8
Комьюторная игра «Корсары»	17,4	2,5
Зимняя коллекция одежды «TomFarr»	18,7	2,8
Автоаудио система «Prology”	17,2	2,1
Автомобиль «Cherry»	11,8	1,7
Среднее значение	13,9	1,9

НОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ

+SOL

Interaction Rate, взаимодействие с креативом

Для баннеров-расхлопов

Отношение количества расхлопов к количеству показов

Fутбол на Чемпионат.ру - Лига Чемпионов, Кубок УЕФА, Чемпионат России по футболу, новости футбола - Microsoft Internet Explorer

Файл Правка Вид Избранное Сервис Справка

Назад Помощь Избранное Поиск Закладки Найти Проверка Автозаполнение

Адрес: <http://www.championat.ru/football/>

Google 8 Поиск Закладки Найти Проверка Автозаполнение

25 марта, среда | Московское время: 10:50

Чемпионат.ру

Хочешь посмотреть матч с редакцией самого лучшего журнала о футболе?

TotalFootball

Чемпионат Мира 2010
"На синтетике лучше, чем в грязи"

Сборная России провела первую тренировку перед матчами с Азербайджаном и Лихтенштейном. На занятиях сборной побывал корреспондент "Чемпионат.ру".

24 марта 2009 года, вторник, 22:01 | Читайте: 45

Ажиотаж вокруг сборной

Материал Чемпионат.ру
Интервью с Евгением, Андрей Аршавин рассказывает о лондонской буднях в Ала-Карте тепловой вспоминает Санкт-Петербург. Всё это - в обзоре прессы. >

25 марта 2009 года, среда, 10:10 | Комментариев 3

Тимощук нашли замену?

Материал Чемпионат.ру
Адвокат может заменить Тимощука, Абересоном, "Торпедо" вернулось на ЗИЛ, в Ульяновске погасло

Архив материалов

Пн	Вт	Ср	Пт	Сб	Вс
1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30
31					

Проссылка новостей

Футбол

Введите ваш e-mail

OK

VICHY

AMINEXIL ENERGY

Через три недели выпадение волос замедляется

Interaction
Rate = 20%
CTR=1%

1. Реклама становится более агрессивной:

- новые форматы
- видео
- интерактивность

2. Размещения становятся более точечными

3. Переход от CRM модели к продажам по Interaction, CPC, CPA



Бизнес центр «Riverside Station», Бережковская набережная д. 16А, корпус 2, 3 этаж
Тел.: (495) 980-80-66