







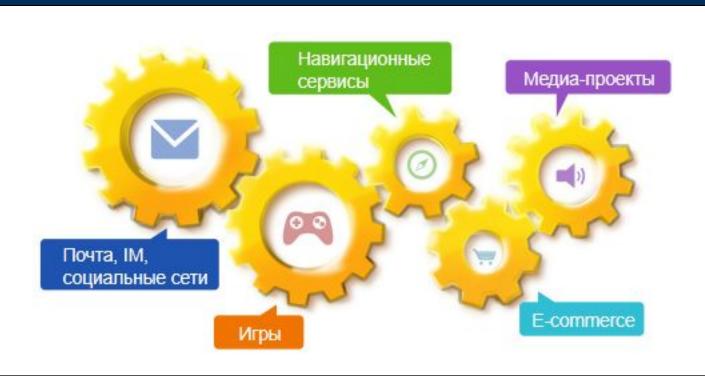
одноклассники

Продвижения интернет-магазинов на проектах Mail.ru Group

Геннадий РедькоРуководитель филиала **Mail.Ru Group** на Дальнем Востоке



Структура компании



Mail.Ru Group - крупнейшая интернет-компания в русскоязычном сегменте Сети и лидирующий игрок Рунета по числу ежемесячных уникальных посетителей. В состав Mail.Ru Group входит самый популярный в России сервис бесплатной электронной почты и два крупнейших в Рунете инстант-мессенджера - Mail.Ru Areнт и ICQ. Компания оперирует двумя ведущими российскими социальными сетями: Мой Мир@Mail.Ru и Одноклассники.ru, а также владеет значительным пакетом социальной сети Вконтакте.



Почта Mail.Ru вошла в четверку крупнейших в мире по дневной аудитории.



*Статистика приведена в разрезе международного исследования

Почта Mail.Ru укрепилась на четвертой позиции в мире по дневной аудитории, уступая лишь Hotmail, Yahoo! и Gmail (по данным ComScore, январь 2012 г.). Ближайший конкурент, почтовый сервис AOL, отстает от Mail.Ru на 1,5 млн. пользователей.





РОСТ ДНЕВНОЙ АУДИТОРИИ



КОЛИЧЕСТВО СООБЩЕНИЙ В МЕСЯЦ



РОСТ ДНЕВНОЙ АУДИТОРИИ МОБИЛЬНОЙ <u>ВЕРСИИ</u>



одноклассники



2010

2011

КОЛИЧЕСТВО НОВЫХ СЕРВИСОВ



КОЛИЧЕСТВО УЛУЧШЕННЫХ СЕРВИСОВ

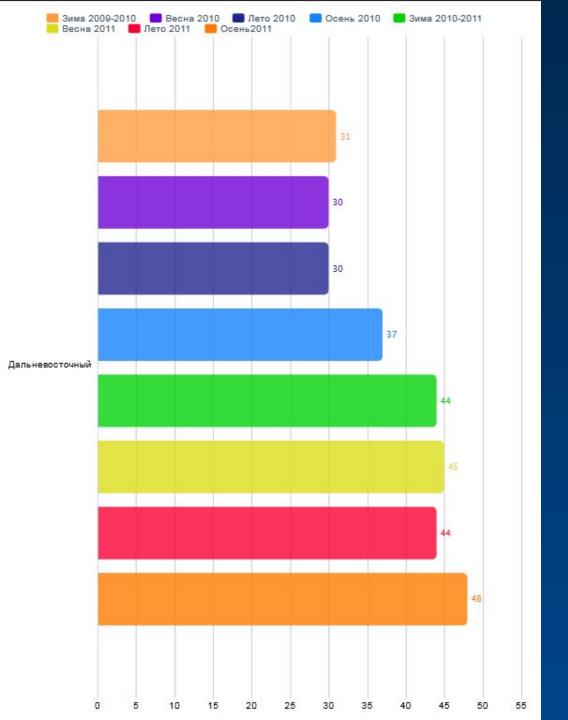


РОСТ ПЛАТЕЖЕЙ БАНКОВСКИМИ КАРТАМИ



ДНЕВНАЯ АУДИТОРИЯ IPHONE-ПРИЛОЖЕНИЯ







Динамика проникновения интернета на территории ДВ

За 1 год аудитория интернет пользователей на территории Дальнего Востока

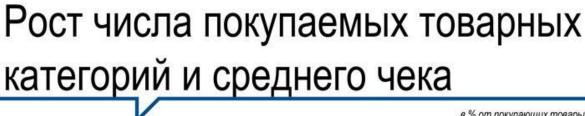


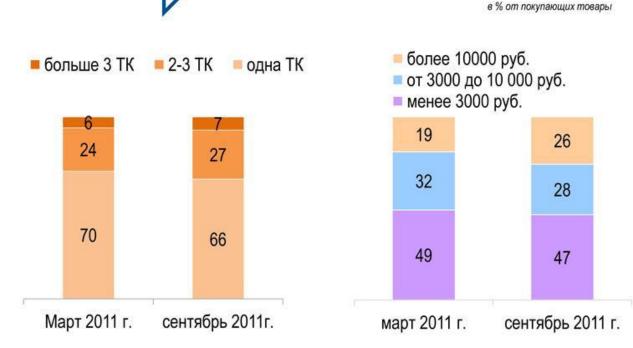
Источник: Бюллетень «Интернет в России. Осень 2011»



Рынок e-commerce в России

По данным ФОМ, в 2011 году оборот рынка е-соттесе составит 315 миллиардов рублей. Прирост по сравнению с прошлым годом — 26%





Источник данных: ФОМ. Рынок интернет-торговли. Сентябрь 2011.

10



Развитие рекламных технологий





Как определить тип рекламной кампании для интернет-магазина?



Виды рекламы

- Имиджевая реклама/брендинг (продвижение идеи, бренда, торговой марки)
- Товарная/продуктовая реклама (продвижение продукта или продуктовой линейки)
- <u>Торговая реклама</u> (реклама торгового предложения)

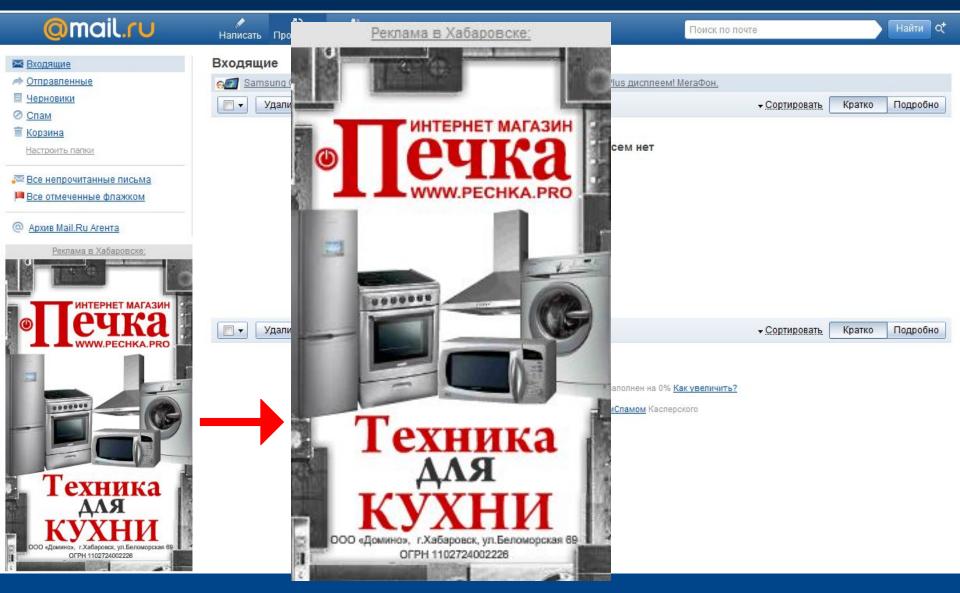
Каждому виду рекламы соответствует свой набор рекламных инструментов. Несоответствие используемых инструментов и целей рекламы приводит к отрицательным результатам. В интернете ошибиться с выбором рекламных инструментов намного проще, чем в традиционных медиа, потому что реклама в интернете намного более разнообразна.



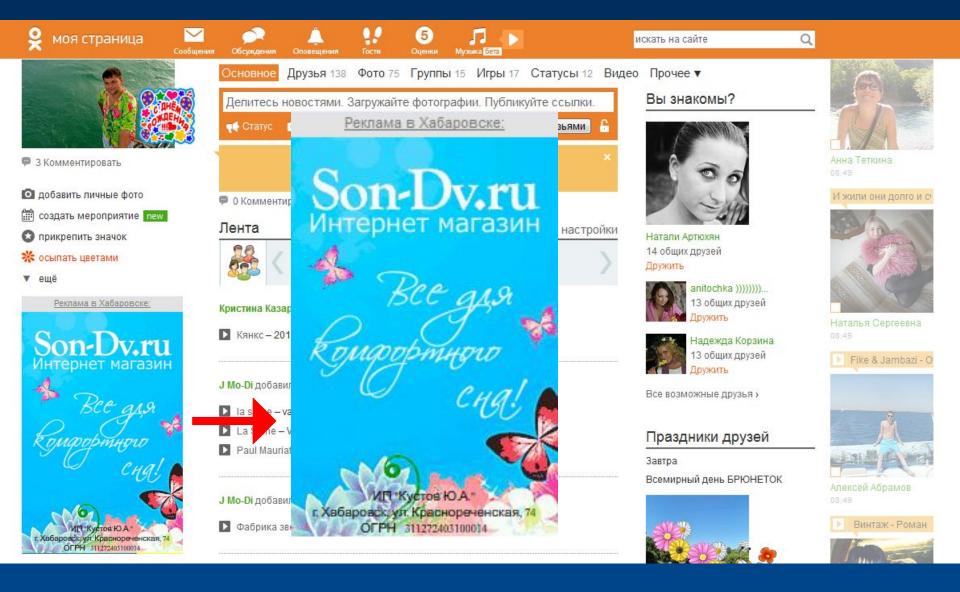
Товарная (продуктовая) реклама

- **Большой охват** нам нужно охватить всех, кто в ближайшее время может приобрести предлагаемый продукт вне зависимости от текущих интересов этих людей
- Большая частота чтобы убедить людей купить что-то новое, надо рассказать об этом много-много раз, мы не продвигаем идею, но даже новый продукт требует многочисленных повторов
- Яркие, цепляющие взгляд образы, концентрация рекламы на преимуществах и ценностях предлагаемых продуктов
- Инструменты рекламы медийная реклама, PR, брендирование проектов, реклама в играх, реклама в социальных сетях наша аудитория по прежнему «холодная»
- Критерии эффективности рекламы запоминание рекламируемых продуктов и их качеств, вовлечение интерес к предлагаемым продуктам, и наконец увеличение объема продаж

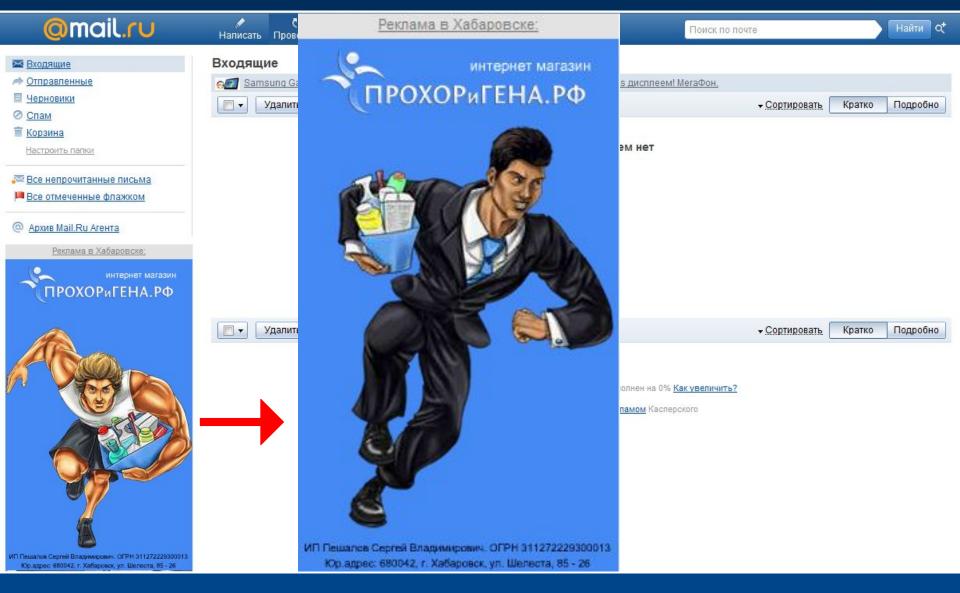




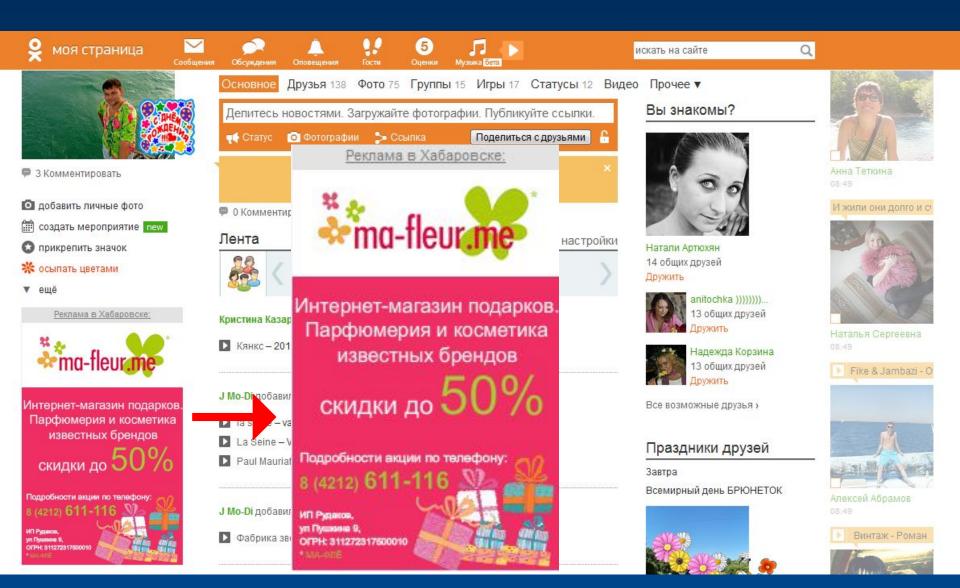












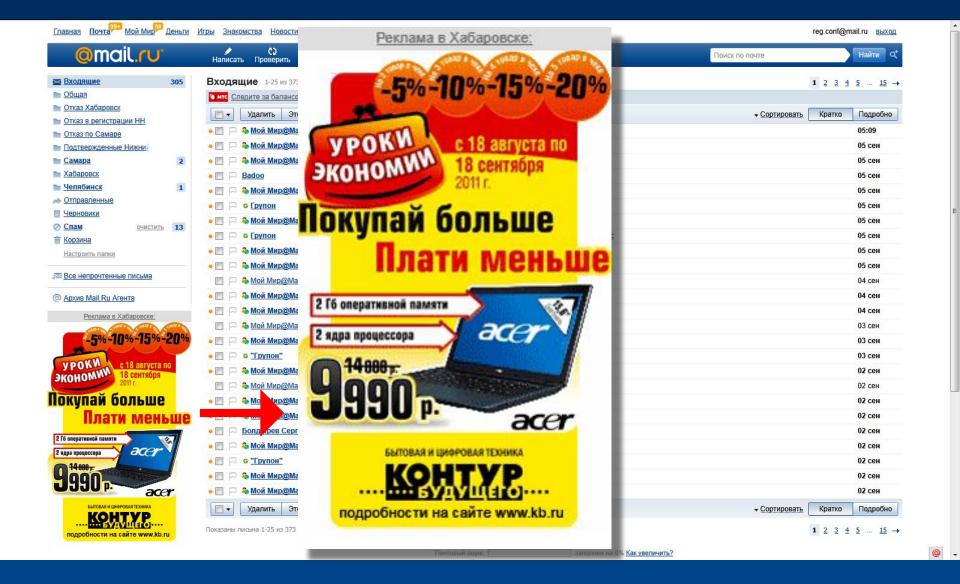


Торговая реклама

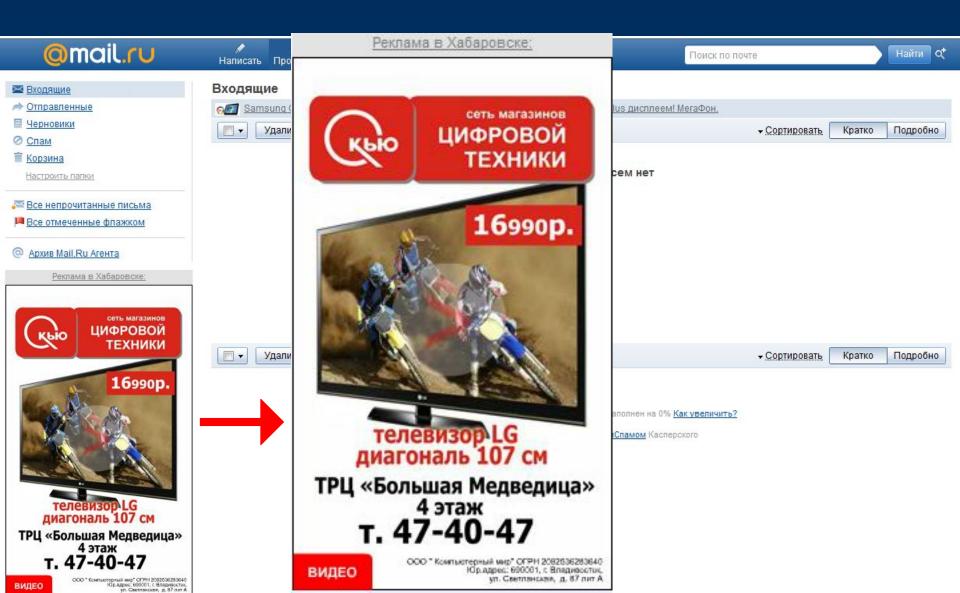
- Узкий, очень нацеленный охват нам нужно охватить только тех, кто сейчас проявляет интерес к данной тематике.
- Единичная частота человек «в теме» заинтересуется с первого раза или не заинтересуется вовсе. Стоимость клика с первого показа в три раза ниже, чем со второго.
- **Четкие торговые предложения** стоимость, место продаж, доступные опции, реклама должна работать, как ценник: «приходи покупай сейчас».
- Стимулирование продаж через давление ценой, сроками, количеством и массовым спросом.
- Инструменты рекламы медийная реклама, контекстная реклама, оптимизация сайтов для поисковых машин наша аудитория «разогрета».
- Критерии эффективности рекламы увеличение объема продаж



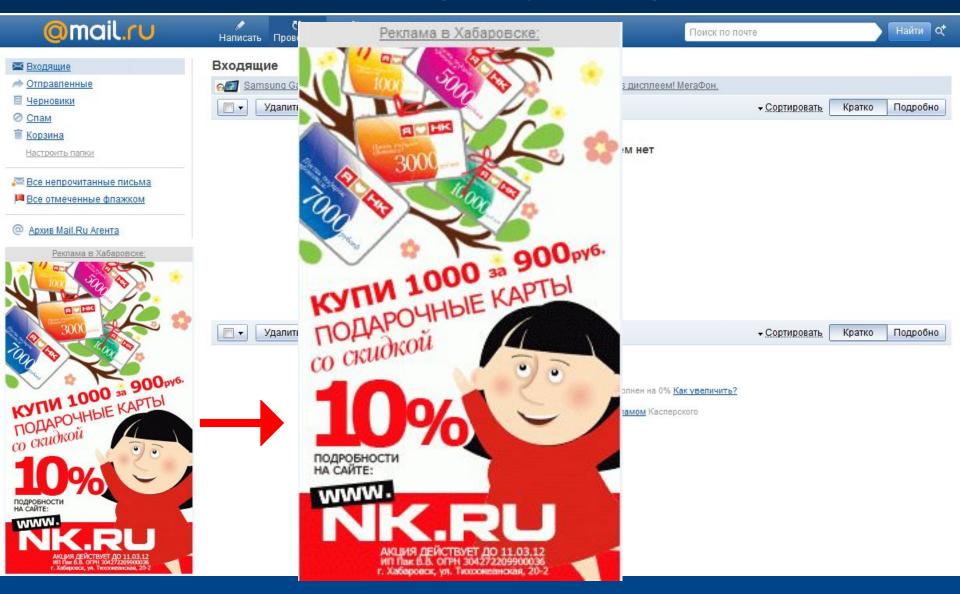
Пример торговой рекламы













Интернет любит эксперименты.



Пусть каждый риск будет маленьким

- 1. Сделайте много разных баннеров: люди разные, и некоторым интересны одни слова, другим другие. Сделайте десяток разных баннеров и поставьте их в ротации, вероятность того, что человек «зацепится» будет выше. Это касается всех видов рекламы.
- 2. Используйте различные варианты рекламы на портале. Баннеры в почте это хорошо, но это не единственный способ рекламы. Ваша целевая аудитория может быть более восприимчива к другому виду рекламы.
- 3. Разные методы рекламы хорошо. Медийная и контекстная реклама важны, но нужно использовать и PR, рекламу в социальных сетях, рекламу в почтовых рассылках и пр. Целевая аудитория по разному воспринимает различные среды и различную рекламу комплексное воздействие дает синергетический эффект.



Показываем рекламу только клиентам.



Простые таргетинги

- 1. География: зачем показывать рекламу в Хабаровске, если бизнес обслуживает только Владивосток?
- 2. Частота: сколько раз нужно показать рекламу человеку, чтобы она сработала?
- 3. **Время и день недели:** ваш сайт работает круглосуточно, а компания? Кто ответит на звонки в офис?

Простые таргетинги сегодня используются в 100% компаний. Mail.ru не берет никакой наценки за их использование – вы покупаете только ту аудиторию, которая вам нужна. Простые таргетинги очень действенны, их использование увеличивает эффективность рекламы в разы.



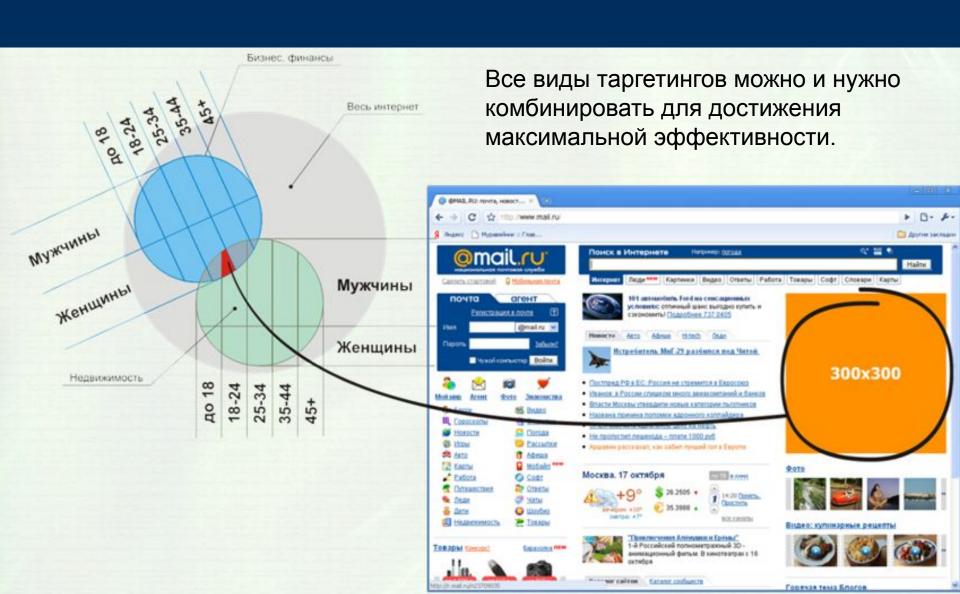
Поведенческие и соцдем таргетинги

- 1. По полу: если ваше предложение только женщин, то зачем его видеть мужчинам?
- 2. По возрасту: показывайте взрослые баннеры взрослым, а детские детям. Эффективность рекламы резко увеличится.
- **а.** Сценарии: покажите человеку серию баннеров друг за другом, пусть будет интрига
- **b.** Тематический: если человек за последнюю неделю ходил на туристические сайты, то он явно хочет в отпуск
- с. Поисковый: если человек сегодня ищет холодильник, может быть ему стоит показать именно эту рекламу?
- **d. Бумеранг:** покажите человеку напоминание, и эффект от рекламы удвоится

Поведенческие и соцдем таргетинги значительно увеличивают эффективность, особенно тематический и поисковый. Они работают на аудиторию, которая уже подготовлена к покупке, то есть эти виды таргетинга хороши для торговой и товарной рекламы.



Комбинирование таргетингов





Выражайтесь ясно.



Простые образы работают быстрее

- Простые баннеры вместо сложных навороченных креативов имеют меньше шансов провалиться. В среднем их кликабельность выше, хотя запоминаемость может быть и ниже.
- Простые рекламные ходы могут быть более эффективными, чем сложные многоходовые кампании, потому что в них меньше риск нестыковок.
- Более всего снижают эффективность **«детские» ошибки**. Именно эти ошибки нужно отслеживать в первую очередь, но поскольку они детские, то о них часто просто не думают.
- Применение простых таргетингов дает больший эффект. Бессмысленно настраивать социально-демографический таргетинг до того, как настроен географический и временной. Это будут очень сложные настройки, дающие небольшой эффект.



Анализируйте



Анализ эффективности рекламы

- 1. Анализ эффективности рекламных материалов: в зависимости от вида рекламы нас может интересовать кликабельность или запоминание рекламы
- 2. **Анализ эффективности площадок:** какие площадки более эффективны, какие менее
- 3. Анализ эффективной частоты: если мы меняем частоту показов рекламы одному пользователю, как меняется эффективность всей рекламной кампании?
- 4. Анализ эффективности рекламных страниц: как они конвертируют приведенных рекламой посетителей в заинтересованных
- 5. **Анализ эффективности работы сайта:** сколько мы получаем целевых действий от всех рекламных усилий?
- 6. Анализ эффективности работы отдела продаж: какая часть наших маркетинговых бюджетов выбрасывается из-за менеджеров?

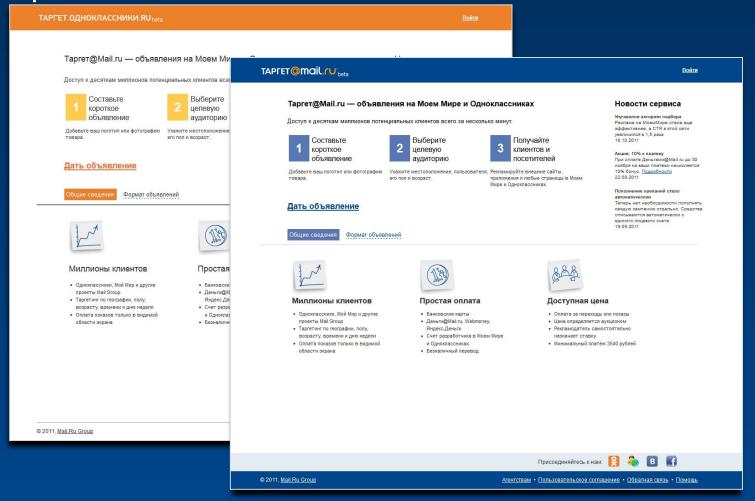


Инструмент анализа рекламы RB.MAIL.RU

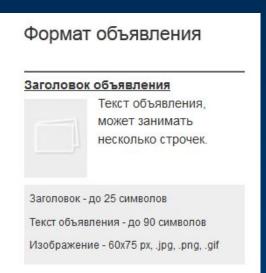
01-08-2011	21-08-2011	Показать						Экспорт в: 🏰
	Уникальные клики	Уникальные показы	CTRU	Клики	Показы	CTR	Прирост уников	Набрано уников
01-08-2011	217	12 047	1.80%	283	19 920	1.42%	12 047	12 047
02-08-2011	184	12 107	1.52%	253	19 926	1.27%	9 132	21 179
03-08-2011	212	12 163	1.74%	302	19 103	1.58%	7 809	28 988
04-08-2011	116	8 746	1.33%	155	19 721	0.79%	5 093	34 081
05-08-2011	235	12 542	1.87%	333	19 714	1.69%	7 034	41 115
06-08-2011	196	12 390	1.58%	288	20 283	1.42%	6 416	47 531
07-08-2011	196	12 255	1.60%	267	19 836	1.35%	5 833	53 364
08-08-2011	175	12 746	1.37%	267	19 605	1.36%	5 729	59 093
09-08-2011	224	12 810	1.75%	317	20 079	1.58%	5 623	64 716
10-08-2011	169	12 862	1.31%	241	19 883	1.21%	5 468	70 184
11-08-2011	183	13 041	1.40%	278	19 992	1.39%	5 410	75 594
12-08-2011	174	12 744	1.37%	239	19 891	1.20%	5 110	80 704
13-08-2011	157	12 529	1.25%	209	19 652	1.06%	4 916	85 620
14-08-2011	149	12 786	1.17%	209	20 166	1.04%	4 954	90 574
15-08-2011	160	12 887	1.24%	202	20 490	0.99%	4 805	95 379
16-08-2011	183	12 927	1.42%	275	20 156	1.36%	4 708	100 087
17-08-2011	156	12 684	1.23%	220	19 968	1.10%	4 425	104 512
18-08-2011	158	12 624	1.25%	218	19 718	1.11%	4 343	108 855

Таргет@Mail.Ru

Таргет Таргет @Mail.Ru – сервис автоматизированного размещения рекламы с социодемографическим таргетингом



Формат объявлений



Таргет Таргет <u>@Mail.Ru</u> работает с объявлениями тизерного формата, состоящими из:

- -Заголовка (до 25 символов)
- -Текста объявления (до 90 символов)
- -Изображения 60x75 пикс. (.jpg, .png, .gif)

На одной странице одновременно показывается несколько объявлений Таргета (чаще 2).

Если картинка содержит анимацию, то она будет проиграна при подведении курсора мыши к полю конкретного объявления.

Картинки большего размера сервис уменьшает автоматически, меньшего – оставляет как есть. Обратите внимание, что при уменьшении картинки анимация теряется.



Объявления Таргета на Моём Мире





правится комментировать

Кирилл Островский поделился ссылкой:

Мои

HTC на Афиша@mail.ru

Все самое-самое в одном месте от рецептов для романтического ужина до адресов танцевальных клубов. Не учись на своих ошибках, пользуйся советами знатоков!

places.afisha.mail.ru

TAPFET@mailru

Бойцовский Клуб - Online



Бойцовский Клуб легендарная бесплатная

браузерная онлайн RPG игра. Впиши свое имя в историю

Заявка на кредитную карту

Нравится Комментировать



Ольга Шпунтенко сказала:

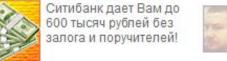
Похоронил 2 собственных фреймворка (опубликовано через Mail Ru Агент)

Нравится Комментировать



Нравится: Игорь Макаров

Кирилл Островский создал трансляцию 18:





Перейти к трансляции »

Хочу общаться

все | Москва







Наиля Замашкина подепилась ссылкой:

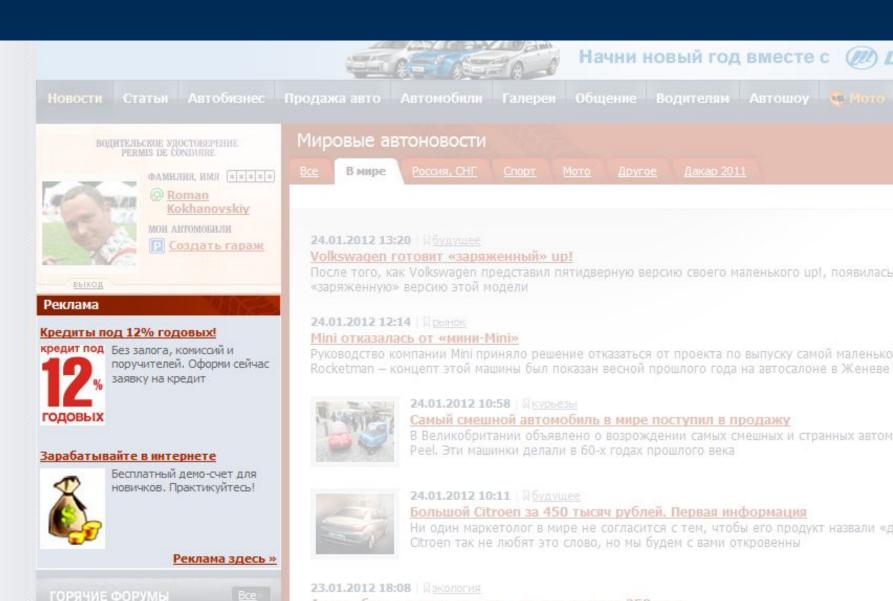
Купить Элитного Китайского чая! Прямиком из Китая, Оплата Деньгами@Mail.Ru!



Представляем нового партнера: Магазин Элитного Китайского чая!

Tenent покупки в интернет-магазине Элитного Китайского чае Chashon

Объявления Таргета на Mail.Ru



Автомобильное путешествие - вокруг света за 250 евро

Объявления таргета в Одноклассниках



Рекомендуем

HP Pavilion 3a 26990 pyő!



Intel i7, 2200МГц, 6144МБ, 500ГБ. Доставка бесплатно

Виртуальный шопинг в США



Заказывай и оплачивай вещи на еВау без посредников и комиссии

Реклама здесь →

††Anna Naumova††





О Комментировать



€ Класс!













Р.Кадыров назвал участников митингов "врагами России" **Чененский Республики Рамзан Калыпов, накануне**

Праздни

День студен









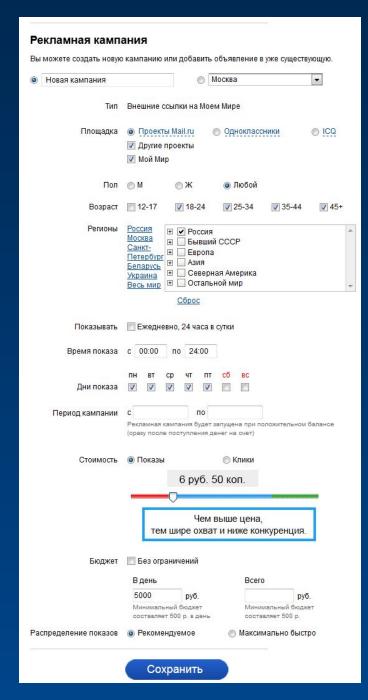
Меропри

Попробуйте устраивать в

Ценовые модели. СРМ и СРС.

В сервисе Таргет можно покупать рекламу с оплатой за 1000 показов (СРМ модель) или за 1 переход (СРС модель) Стоимость рекламы определяется:

- -Типом ссылки. Так, реклама, ведущая на страницы внутри Моего Мира и Одноклассников, т.е. на группы, сообщества, анкеты, приложения, игры, значительно дешевле рекламы, ведущей на сторонние сайты.
- -CTR'ом (кликабельностью) объявления. Чем выше CTR, тем приоритетнее показ объявления.
- -Текущей конкурентной ситуацией в выбранном сегменте. Чем выше ставка относительно конкурентов, тем больше вероятность показа объявления.



Таргетинги

Таргетинги, доступные для рекламы внешних ссылок (ссылок на сторонние сайты), групп в Одноклассниках и сообществ в Моём Мире:

- -Пол
- -Возраст
- -Географический регион
- -Время суток
- -Дни недели

Получить статус официальной группы в Одноклассниках и красивое, короткое имя группы, например,

odnoklassniki.ru/group/alfabank

Рекламная кампания Вы можете создать новую кампанию или добавить объявление в уже существующую. Новая кампания Москва • Внутренние ссылки на Одноклассниках O ICQ Площадка Проекты Mail.ru Одноклассники Профайлы и группы ∨ Игры Новым Отарым ⊚Ж Любой V 45+ 12-17 V 18-24 V 25-34 V 35-44 Показывать Ежедневно, 24 часа в сутки Время показа с 00:00 по 24:00 Дни показа Период кампании по Рекламная кампания будет запущена при положительном балансе (сразу после поступления денег на счет) Стоимость Показы Клики 1 руб. 00 коп. Чем выше цена, тем шире охват и ниже конкуренция. Бюджет Без ограничений Вдень Bcero 5000 руб. руб. Минимальный бюджет Минимальный бюджет составляет 500 р. в день составляет 500 р. Распределение показов Максимально быстро Рекомендуемое Сохранить

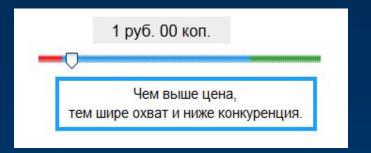
Таргетинги

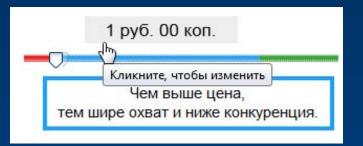
Таргетинги, доступные для рекламы внутренних ссылок (ссылок на игры, приложения, личные анкеты в Моём Мире и на Одноклассниках):

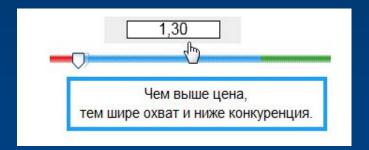
- -Пол
- -Возраст
- -Время суток
- -Дни недели

Выбор стоимости

Стоимость выбирается в настройках рекламной кампании путём установки конкретного значения в шкале ставки аукциона. Шкала разделена на три сектора, имеющих соответствующие цветовые обозначения. Установка ставки в красном секторе снижает вероятность показа объявления до минимальных значений. Ставки из синего сектора позволяют обеспечить приемлемый для большинства рекламодателей уровень охвата аудитории. Ставки из зелёного сектора обеспечивают максимальный охват аудитории.







Автоподстоика аудитории СРС

кампаний

Каждое новое объявление начинает показываться в соответствии с настройками рекламной кампании. Например,

M	Ж
18 – 24	18 - 24
25 - 34	25 - 34
35 - 44	35 - 44
45 +	45 +



Модные валенки! Стильные валенки лучших дизайнеров. У нас новая коллекция.



Валенки недорого! Тёплые валенки с доставкой на дом. Пенсионерам – скидка.

Автоподстоика аудитории СРС кампаний

По мере накопления статистики система определяет, какие группы людей реагируют на объявление, а какие игнорируют его. На основании накопленных данных, система перестает показывать объявления тем группам людей, которые его игнорируют. Например, это могут быть жители определенного региона или



Если объявление не вызывает отклика у всех пользователей, оно перестает транслироваться.











Спасибо! Ваши вопросы?

Геннадий РедькоРуководитель филиала **Mail.Ru Group** на Дальнем Востоке

Mail.Ru в Хабаровске: ул. Дзержинского, 65. офис 1400, тел. (4212) 910-260, dv@corp.mail.ru