

Яндекс

Послушайте все — о-го-го! э-ге-гей!

Меня попугая, пирата морей

Лев Глейзер

КиБ 2010

Развитие рынка

*Родился я в тыща каком-то году
В банано-лиановой чаще.
Мой папа был папапугай какаду,
Тогда ещё не говорящий.*

vs

- Увеличение клаттера
 - Рич медиа
 - Поп-андеры
 - Спецпроекты
 - 2 года тах
 - 5% рынка тах
- Большие форматы
 - Контекст
 - Сеть
 - Таргетинги
 - Остаются навсегда
 - До 75% рынка

Я

Технологии сегодня :

*Но вскоре покинул я девственный лес—
Взял в плен меня страшный Фернандо Кортес.
Он начал на бедного папу кричать,
А папа Фернанде не мог отвечать,
Не мог — не умел — отвечать.*

- Контекстная реклама
- Поведенческий таргетинг
- Учет времени контакта
- Нечеткий соц.дем *основной тренд 2010 года*

Рудименты

*И чтоб отомстить, от зари до зари
Учил я три слова, всего только три,
Упрямо себя заставлял — повтори:
"Карамба!", "Коррида!!" и "Чёрт побери!!!"*

- Недавние случаи:
 - баннер 100Кб против 4 (размер vs. охват)
 - значок с сердцем на первой для 5% Reach
- Наши формулировки:
 - **Мы** не создаем трафик под баннеры. Мы делаем ПРОДУКТЫ. у каждого есть ЗАДАЧА, которую он решает.
 - **Мы** не вешаем большеформатные баннеры, потому что они мешают контенту (а противные пользователи, почему-то хотят именно его)
 - **Мы** не берем тяжелые креативы - их никто не увидит (а мы ХОТИМ, чтобы их увидели! А вы - разве нет?)

Я

Какие данные у нас есть...

*Нас шторм на обратной дороге застиг,
Мне было особенно трудно.
Английский фрегат под названием "бриг"
Взял на abordаж наше судно.*

- Параметры: текста, поиска, пользователя
- Реклама: история, реакция, конверсия
 - Тексты ссылок
 - Переходы по сайтам
 - Долговременные интересы
 - Модели поведения
 - ...

Можно ли их обработать? (кластеры,
облака и дата-центры)

Я

Спорность классических метрик

*Был бой рукопашный три ночи, два дня,
И злые пираты пленили меня.
Так начал я плавать на разных судах
В районе экватора, в северных льдах...
На разных пиратских судах.*

- Традиционная схема использования соц.дема, как мостика к интересам рекламодателя и валидности трекинга
- Индекс целевых групп + медийные рейтинги+ трекинг
- Иногда получается:
 - Мазда 2
 - женщины 18-15, В или мужчины 45-60 С+
 - Арсенальное 6 packs
 - Мужчины 25+, В или женщины 40+, А+

Интернет может вычислить целевую группу лучше, да и проанализировать результат.

Я

Переход к результатам

*Давали мне кофе, какао, еду,
Чтоб я их приветствовал: "Хау ду ю ду!"
Но я повторял от зари до зари:
"Карамба!", "Коррида!!" и "Чёрт побери!!!"*

- Метрика - расчет конверсии
- Геопривязка пользователя/рекламы
- Баннеромаркет
 - Показ одновременно товара с ценой и BTL акций
 - Расчет в кликах
 - Нелимитированность показов (кроме модерации)

Цены и скидки- будущее

*Лет сто я проплавал пиратом, и что ж?
Какой-то матросик пропащий
Продал меня в рабство за ломаный грош,
А я уже был говорящий!.*

- Аукцион- ключ к успеху
 - поведение директа в кризис
 - медийный контекст по стоимости директа
- Скидки- механизм, а не психология
- Поддержка профессиональной экспертизы
- Удаленное планирование/перепланирование
- Автоматизирование взаимодействия с рынком

Я

Что будет дальше

*Турецкий паша нож сломал пополам,
Когда я сказал ему: "Паша! Салам!"
И просто кондрашкахватила пашу,
Когда он узнал, что ещё я пишу,
Считаю, пою и пляшу.*

- Снипеты и геолокация... реклама идет за работающими моделями поиска
- Релевантность\пертинентность (соответствие ответа, тому что на самом деле имел в виду пользователь)
- Рацио\эмоция, как параметр таргетинга
- Подбор аудитории по нескольким метрикам
- Пересекаемость по средствам воздействия
- Временное лимитирование воздействия (разные пользователи в % от поведения)

Я

Яндекс как открытая идеология

*Я Индию видел, Иран и Ирак,
Я инди-и-видум — не попка-дурак.
(Так думают только одни дикари.)
Карамба! Коррида!! И — чёрт побери!!!"*

- Полезность рекламы, как сервиса
- **З**нание а не трафик
- **С**еть а не площадка
- **Т**очность а не клаттер
- Мы футуристы

Я

*Песня попугая
Алиса в стране чудес
(с)Владимир Высоцкий*

ЯНДЕКС

Глейзер Лев

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

lev@yandex-team.ru

Я