

Нестандарты и креатив в интернет-рекламе



Что мы называем нестандартной рекламой?

Все что выходит за рамки официального прайс-листа и не является баннерным или контекстным размещениями

Нестандартные позиции

- PR-инструменты (статьи, опросы, конкурсы, консультации)
- Имиджевые размещения (спонсирование контента сайта)
- Трафикообразующие размещения (закладки)
- Полноэкранные заставки и баннеры с расхлопом

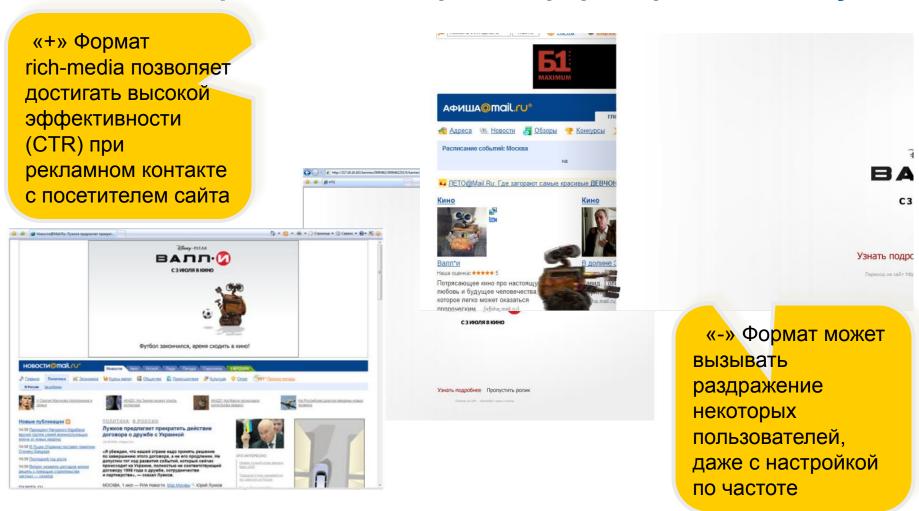
Специальные проекты

Совокупность различных инструментов нестандартной рекламы, объединенных общей идеей, целью и задачей рекламной кампании

- Контент-проекты
- Сезонные проекты
- Видео-каналы



Rich-media – первые нестандартные формы рекламы в Рунете



Mail.Ru не допускает размещение полноэкранной заставки с частотой более 1 за кампанию



Когда мы рекомендуем использовать нестандартный подход?

• Имиджевые кампании

Одним из ключевых элементов имиджевой кампании является длительная коммуникация с пользователем на проекте - именно тут формируется отношение к бренду. Длительная коммуникация возможна, например, в случае спонсорства: пользователь просматривает большое количество страниц, постоянно коммуницируя с брендом;

• Реклама конкурентов

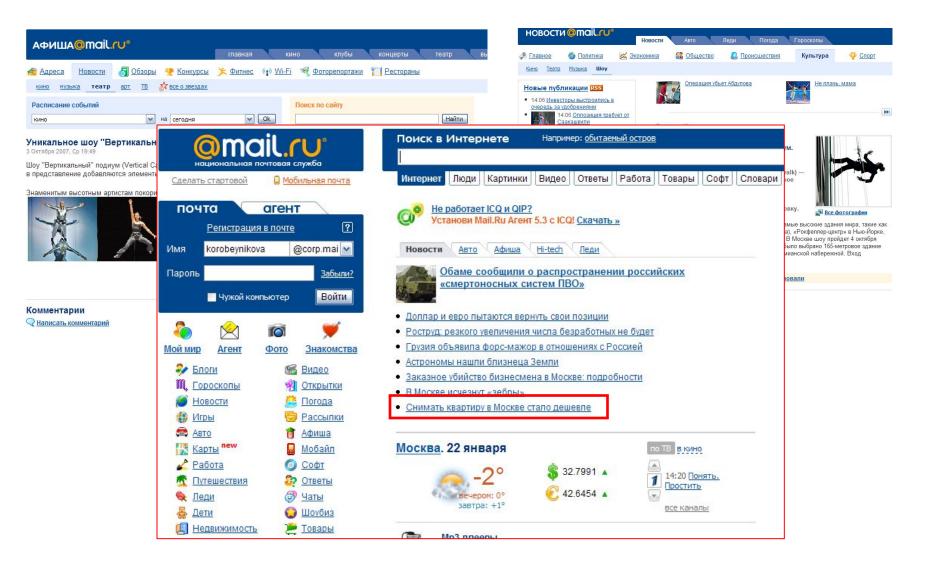
В тех сегментах рынка, где конкуренция за потребителя особенно высока, зачастую единственный способ выделиться из общего рядя – яркая идея и ее воплощение, которые привлекут внимание пользователя;

• Занятость стандартных мест

Сезонные пики рекламной активности, большая восстребованность определенных разделов, а также вызванные требованиями к юзабилити сайта ограничения на кол-во баннеров на странице, рекламных мест бывает меньше, чем желающих рекламироваться. В такой ситуации рекламные площадки предлагают клиентам нестандартные варианты рекламного присутствия.



PR-функционал: статьи





PR - публикация "Статья" (Самара)

- Размещение текстового материала (не менее 3 000 и до 4 500 знаков) с пометкой "На правах рекламы«
- Анонс на главной странице Mail.ru (статика) в течение одних суток+ размещение в разделе одноного из контент -прокетов без выноса на главную страницу проекта или иного другог статуса
- Статичное размещение на 1 сутки (с 00 одного дня до 00 ч. Другого).
- Стоиомость 10 000 рублей без учета сезонного коэффициента и НДС
- Новость присылается в формате Word в отдельно приложенном документе. Картинки принимаются также в виде отдельно прикрепленных файлов формата jpg.
- Под текстом коммерческой новости ставится пометка «На правах рекламы».
- Формат новости:
- Заголовок (до 40 символов) для главной страницы портала,
- Анонс (1 абзац текста, до 100-150 символов) для списка в ленте новостей,
- Текст статьи (от 1500 до 4 500 знаков с учетом пробелов), может содержать: ссылки на сайт заказчика (не более 3-х ссылок, ссылки прописываются в присылаемом тексте), информацию о ценах и прочей коммерческой информации.
- Иллюстрация (фотография, логотип либо другая картинка файл формата jpg, не более 164*164 пикселей).
- Статья проверятся редактором Mail.Ru на соответствие заявленной теме и возможный уровень интереса для читателей. При несоответствии одного из параметров в размещении может быть отказано.
- Mail.ru не размещает один и тот же текст более одного раза.
- В каждую размещенную на сайте статью после размещения можно вносить не более двух изменений. Например, поменять ссылку и фотографию, или изменить ошибки в названии модели.
- Правила, предъявляемые к тексту коммерческой новости:
- 1. Событийность, новостевой формат информации.
- 2. Точность фактов, упоминаемых названий и ссылок.
- 3. Актуальность информации к дате публикации.
- 4. Отсутствие в тексте специализированных (узкопрофессиональных) терминов без расшифровки.
- 5. Полнота информации тема должна быть раскрыта полностью.
- 6. Соответствие Законодательству РФ.
- Сроки:



Автоледи

Он и Она

😷 Дети

Расхлоп



Не...дальше »

Не хмурься, красавица!

T WEST P.



Фуллскрин



СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ



До возврата на сайт осталось 4 секунд

ПРОПУСТИТЬ ЗАСТАВКУ



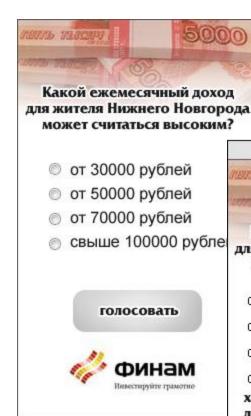
PR-функционал: опрос для Финам

Настройки:

- 1. **Место размещения –** внутренние страницы Почты
- 2. Тип размещения динамика
- **3. Период –** 2 недели
- **4. Формат баннера –** 240х400
- **5. Таргетинг –** возраст 22-50 лет

Достигнуты следующие результаты

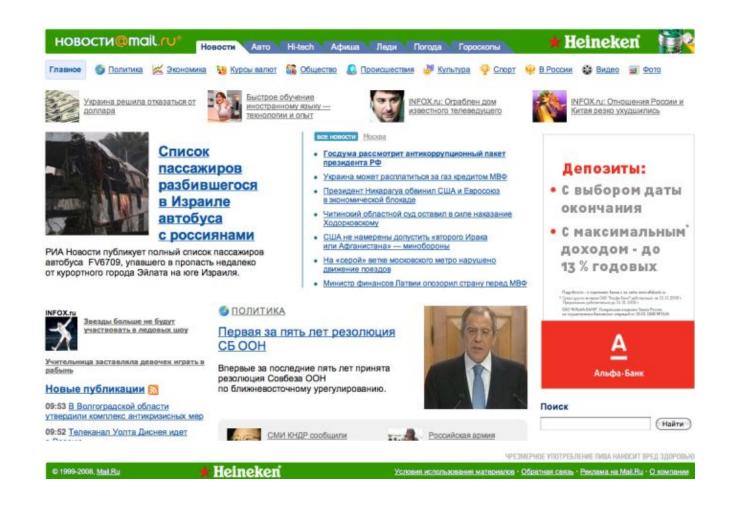
- Количество ответов 3 000
- 2. Оплата за результат ответ







Спонсорство раздела Новости@Mail.Ru





Спонсорство раздела Погода@Mail.Ru





Закладка в навигации Игры@Mail.ru





Фотоконкурс для Adobe

Цель:

1. Привлечь к пользованию лицензионным продуктом фотохудожников и дизайнеров

Реализация:

- 1. **Место размещения –** Фото@Mail.Ru
- **2**. **Период** 2 недели
- Таргетинг география: Екатеринбург и область

Достигнуты следующие результаты:

- 1. Количество присланных фоторабот 305
- 2. Количество участников 250
- 3. Количество победителей 8





Специальный проект: TM Olay «Секреты красоты»

Цель:

- 1. Построить коммуникацию с ЦА посредством Интернет
- 2. Собрать новую лояльную ЦА
- 3. Увеличить осведомленность о бренде

Аудитория:

Ядро целевой аудитории: молодые женщины (20-30 лет), которые хотят хорошо выглядеть, но при этом не тратить на это много времени и денег

Реализация:

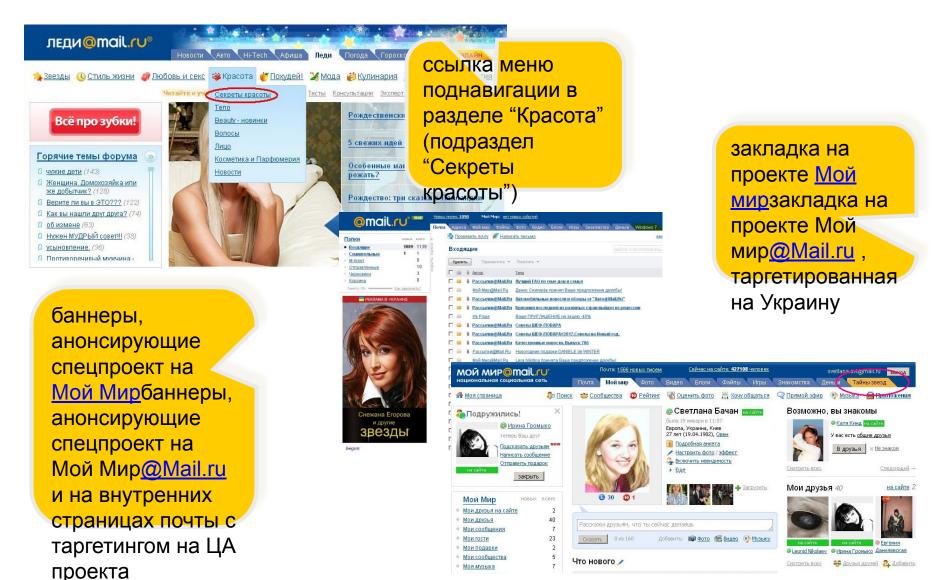
- Место размещения создание специального раздела http://lady.mail.ru/olay/
- 2. Таргетинг Украина
- **3. Период** 1 месяц







Анонсирование проекта: TM Olay «Секреты красоты»





Состав проекта: ТМ Olay «Секреты красоты»

Контент модуль: Секреты красоты от четырех украинских звезд были представлены в форме эксклюзивных интервью с каждой из звезд. Пользователи активно комментировали статьи

Интерактивный модуль: задайте вопрос эксперту-косметологу. Каждый день выбирался «Вопрос дня», ответ на который публиковался в данном разделе и выводился на главную страницу спецпроекта

Викторина: Проведение викторины преследовало цель не только проинформировать пользователей, но и подчеркнуть интеллектуальный имидж бренда Olay. В качестве вознаграждения приз – набор косметики Olay, который был разыгран по окончании проекта



Снежана Егорова

Каждая женщина прекрасна, но далеко не каждая готова обсуждать свою крассту публично. Так, как это делает наша сегодняшняя гостья Снежана Егорова. Яркая женщина, красота которой не вызывает сомнений, любящая жена и мама. попилярная актриса театра и кино, телеведищая, После окончания Киевского театрального института им. Карпенко Карого много лет играла в киевском Театре драмы и комедии на Левом берегу. Ведущая и участница популярных телевизионных шоу. Замужем за актёром и телеведущим Антоном Мухарским. Воспитывает троих детей, в данный можент ожидает етвертого малыша.



Марченко



директор агентства





й раз ощутили свою привлекательность: это скорее внешняя привлекательность, а ьные, харизматичные, с ярким внутренним и, в них часто влюбляются, у них большой круг

р, который манит к себе людей. И мне кажется,

ем более, что внешняя красота имеет свойство

о. К сожалению, это издержка нашей профессии, и

Но это совсем не значит, что я всегда им

дей, которые меня любят, я стараюсь быть и того, что, где, и самое главное, как я говорю, Я

ти Ваша красота в жизни?

Егорова

Консультац<u>ия</u> *****∗

Оксана Голота

к.м.н., врач дерматолог-косметолог, член Украинской ассоциации врачей дерматологов-кометологов.

Каждый день Оксана Голота будет выбирать

Bonpoc

Алла

важаемая, Оксана, Мне 27 лет и уже на 'проблемная" кожа: расширенные поры, Благодарю за ответ.

Ответ

Алла, добрый день! В вашем случае я бы Total Effects. Кожа смешанного типа, "пр особенно тшательного и деликатного ух макияжа, омертвевшие клетки поверхно загрязнения закупоривая поры, могут вь увеличивают глубину морщин и делают: содержащихся в антивозрастных кремах геля для умывания OLAY Total Effects c глубокого очищения кожи. Легкими дви полверженным возрастным изменениям смывайте теплой водой. Для умывания и эластичности кожи. После этого воспол очищения кожи. В качестве антивозраст

Викторина **

различным «вспомогательным» средствам женшины начали за три тысячи лет до нашей эры! Однако, может быть, именно Вы достойны носить звание знатока косметики – докажите это, ответив на несложные вопросы нашей викторины, не упустите свой шанс получить один из трех наборов косметики OLAY. Также каждый участник викторины может получить пробник крема OLAY, заказав его на сайте www.olay.ua

Поздравляем победителей

Правильные ответы.

В Англии в XVIII веке только очень смелые женщины могли решиться пользоваться косметикой - слишком суровым было наказание за этот «проступок». Какая кара ждала провинившихся?

Первыми начали использовать косметику жители южных стран – Египта, Персии, Индии. С чем это

Влажные блестящие гибы были мечтой многих красавии в течение нескольких веков. Для достижения этого эффекта использовались разнообразные средства. Кто и когда изобрел блеск для гиб в его современном виде?

Богатые жительницы Древнего Рима имели рабынь, основной обязанностью которых было украшение лица и тела их госпожи. Как называли таких рабынь?

В эпоху Людовика XVI чрезвычайно модными были мушки – фальшивые родинки из шелковой ткани Мишка над гибой символизировала кокетство, на лби – величественность. А где следовало поместить мушку, чтобы подчеркнуть свою страстность?

«Испанская бумага» позволяла красавицам XVII и последующих веков обновлять макияж в любом месте, где они считали это необходимым, и делать это без помощи прислуги. А какое средство заменяет «испанскую бумагу» сейчас?

Компактная пудра





Плюсы и минусы нестандартной рекламы

Сильные стороны:

- Привлекают внимания больше, чем стандартные размещения
- Часто инициируют создание востребованного пользователями контента
- «The media is the message» эффект сообщения усиливается за счет свойств самого носителя
- «Достают» аудиторию там, где стандартные подходы не эффективны или уже не работают

Слабые стороны:

- Сложно планировать и прогнозировать рекламный эффект
- Сложно измерить воздействие на аудиторию
- Многие компании не готовы к экспериментам
- Многие идеи можно воплотить в жизнь всего один раз дальше нужно придумывать что-то новое



Зиладинова Лилия

менеджер филиала Mail.ru в Самаре

8-927-703-03-05

ziladinova@corp.mail.ru

