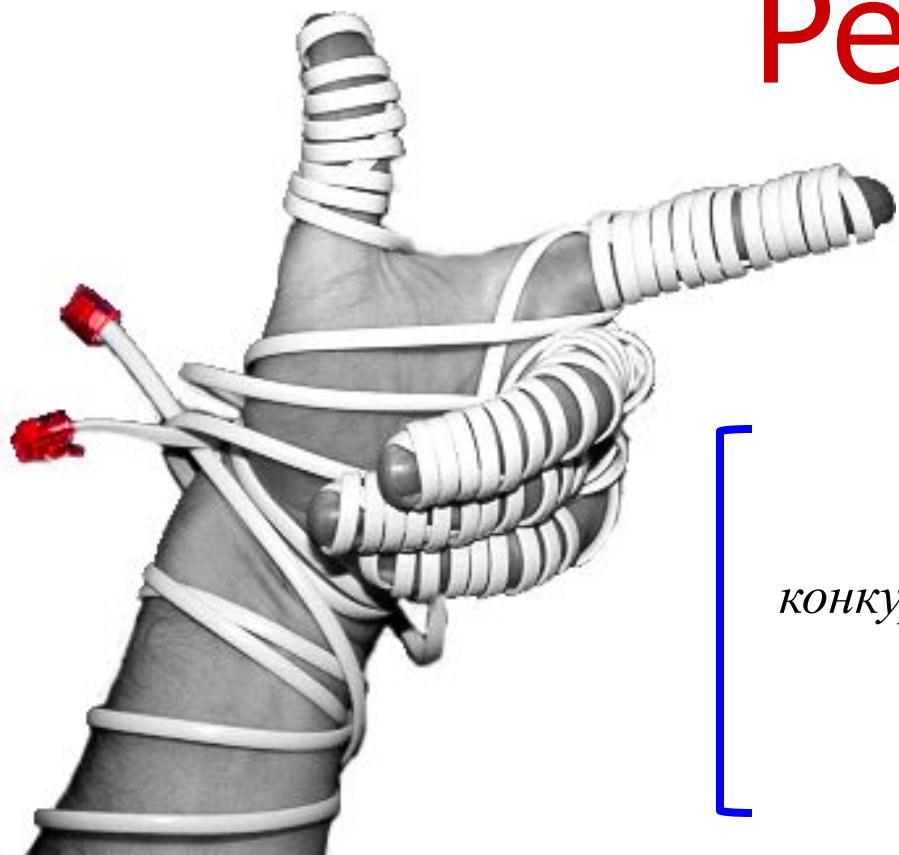




Рекламные сети

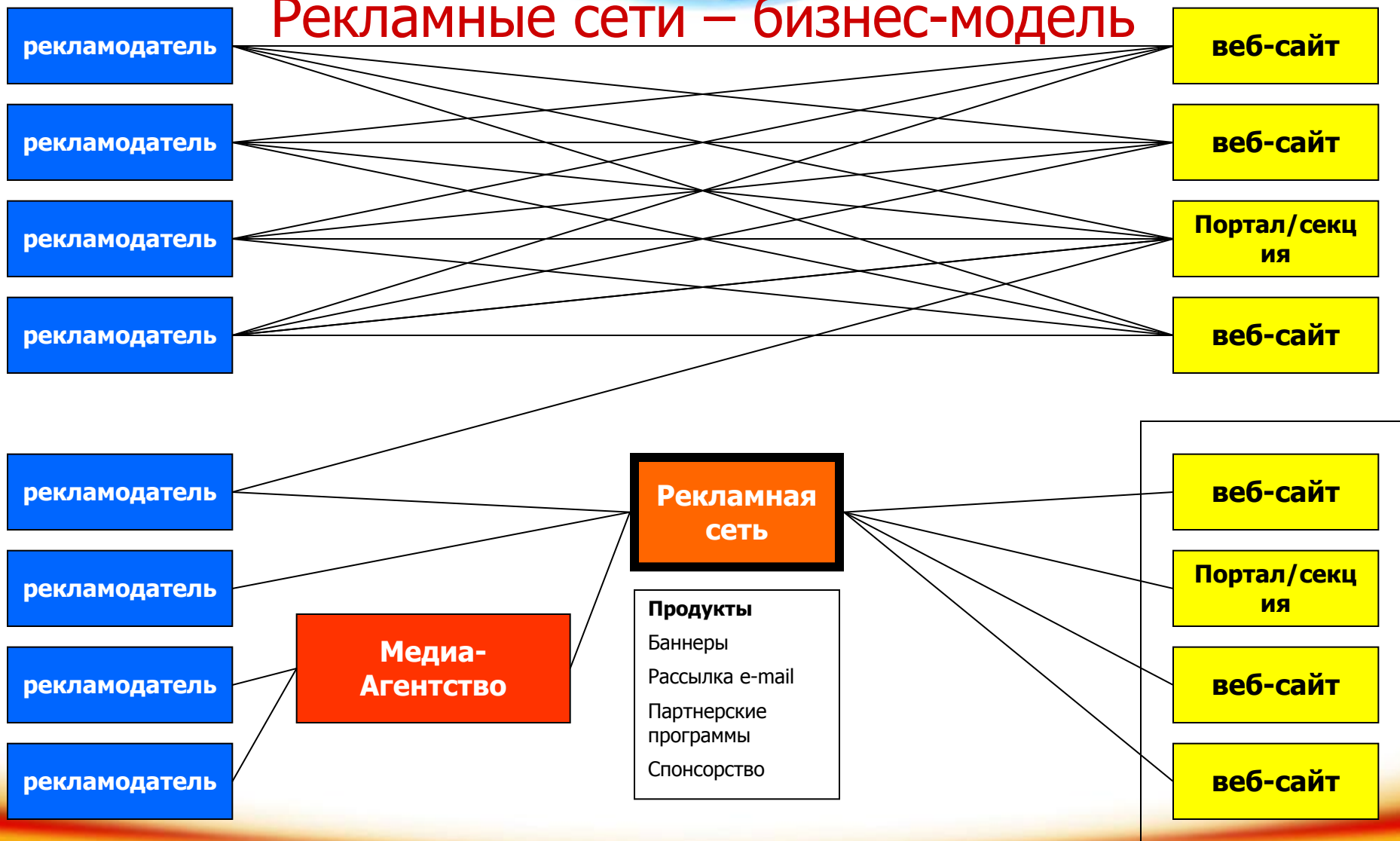


Рекламные сети становятся серьезным конкурентом для порталов. Несмотря на то, нравится ли это порталам, или нет.

Что такое рекламная сеть?

- **Рекламная Интернет-сеть** – это эффективнейший инструмент проведения рекламных кампаний в сети Интернет
 - Десятки веб-сайтов различной тематики
 - Объединяются в сеть на программном уровне
 - Управляется централизованно рекламным сервером
 - Консоль управления в реальном времени

Рекламные сети – бизнес-модель



Веб-сайты в сети

Рекламные сети – преимущества для рекламодателей

Доступ к коммерческим предложениям множества веб-сайтов

Заказ, покупка, расчет в одном отделе (единый отдел продаж)

Меньше технических проблем

Единые отчеты и мониторинг

Доступ к исследованиям, позволяющим более эффективное планирование

Доступ к рекламным продуктам и технологиям, увеличивающим эффективность рекламных кампаний



Рекламная сеть

Максимизация эффективности Интернет-маркетинга для рекламодателей и веб-сайтов

Сеть – это портал без главной страницы

Рекламные сети – преимущества для вэб-сайтов



Рекламная сеть

Максимизация
эффективности
Интернет-
маркетинга для
рекламодателей и
вэб-сайтов

Возможность большей концентрации на наполнении сайта

Высокий оборот рекламы, управление стратегией продаж

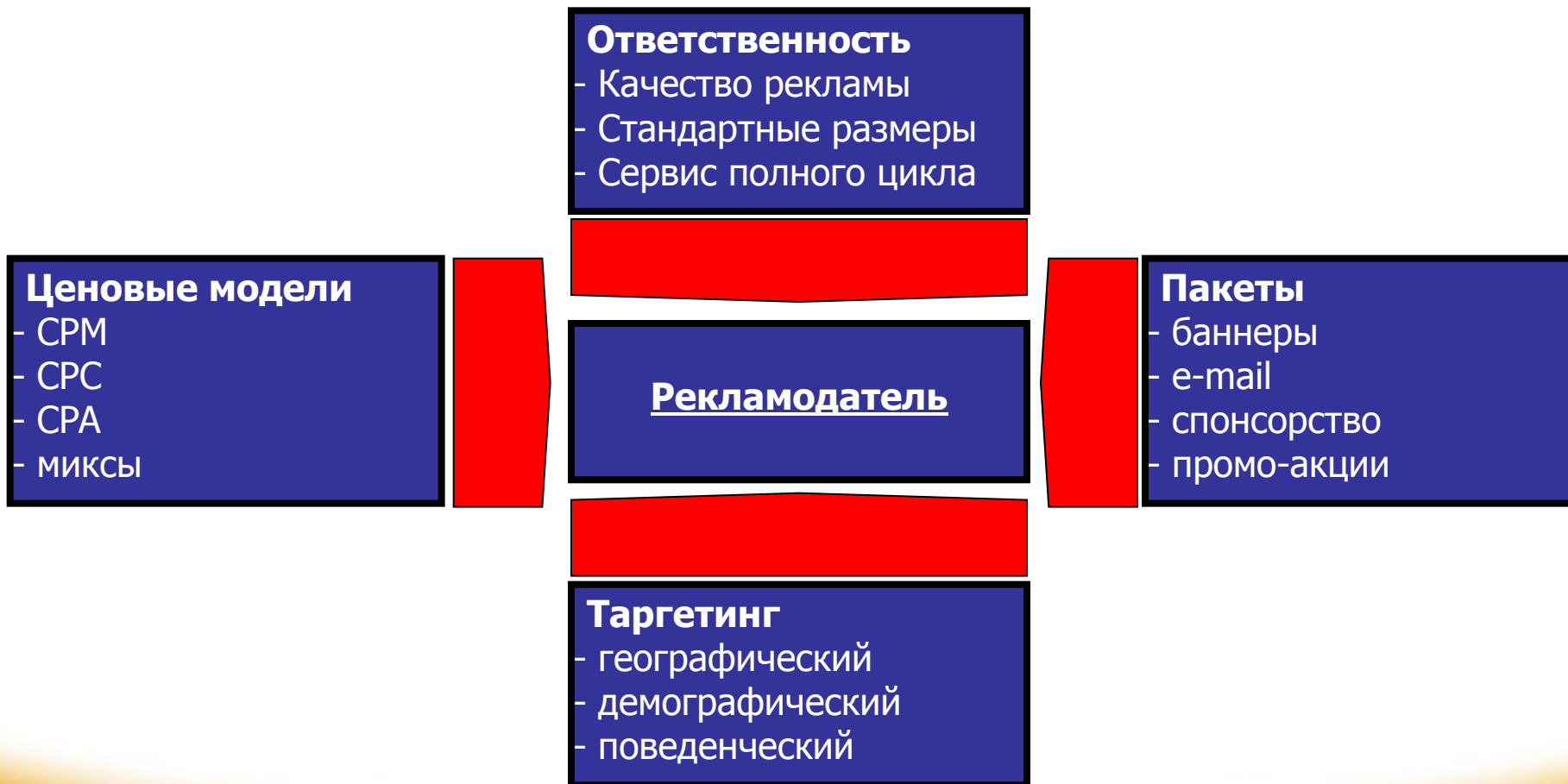
Доступ к рекламным бюджетам клиентов рекламной сети

Современные технологии, позволяющие эффективно управлять рекламными площадками сайта

Поддержка в исследовании аудитории вэб-сайта

Сеть – это портал без главной страницы

Рекламные сети – факторы успеха



Рекламные сети – модели продажи

ROS

(Run of Site)

Реклама демонстрируется на выбранном сайте

ROC

(Run of Category)

Реклама демонстрируется на сайтах выбранной категории

Например: развлечения, бизнес, здоровье...

RON

(Run of Network)

Реклама демонстрируется на всех сайтах сети

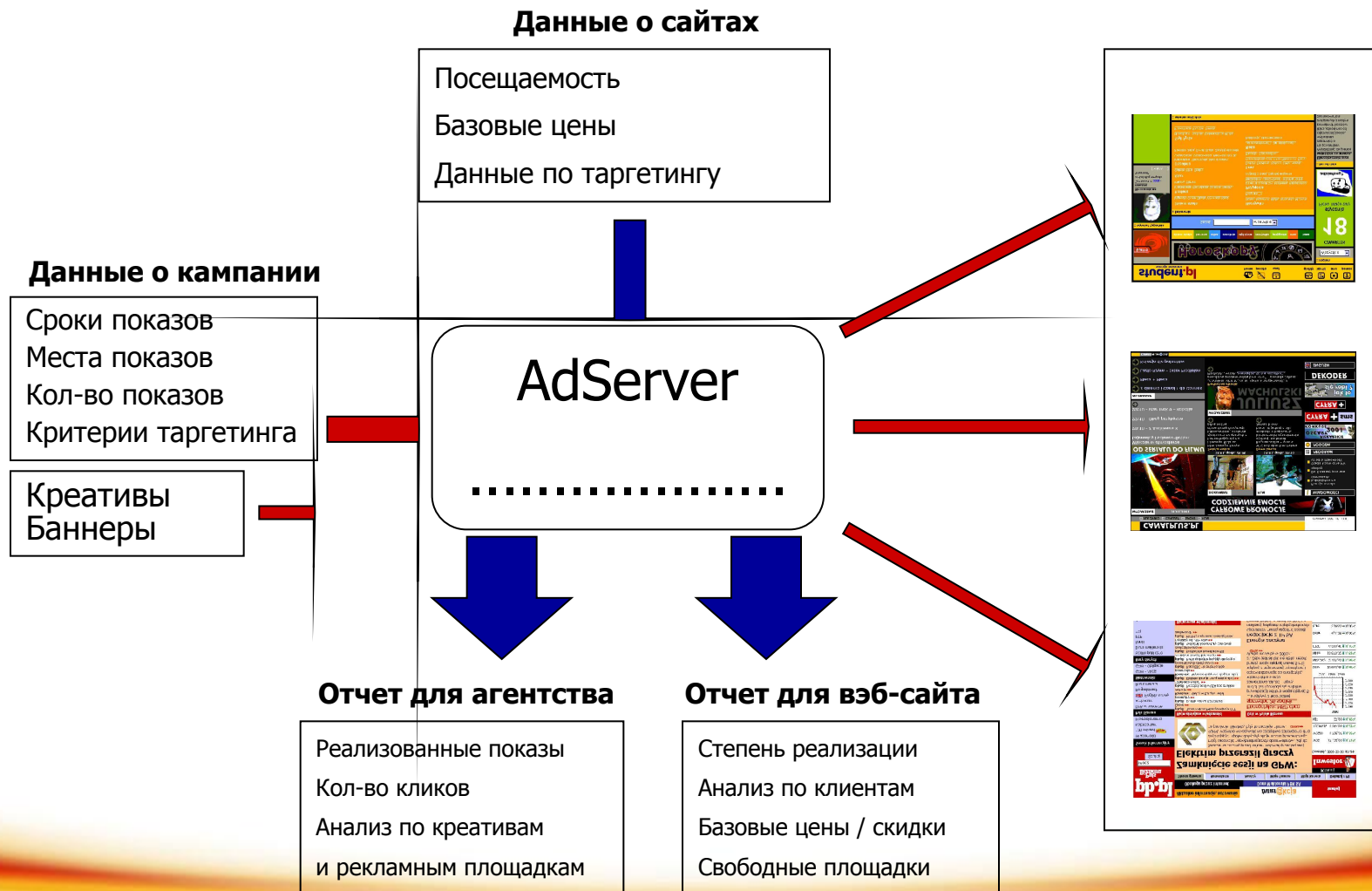
Рекламные сети – коэффициенты расчетов

<u>Click Through Ratio</u>	<u>Cost Per Click</u>	<u>Conversion Rate</u>
$CTR = \frac{\text{К-во кликов}}{\text{К-во показов}}$	$CPC = \frac{\text{Цена показов}}{\text{К-во кликов}}$	$CR = \frac{\text{К-во действий}}{\text{К-во просмотров}}$
<u>Cost Per Action</u>	<u>Return on Investments</u>	
$CPA = \frac{\text{Цена показов}}{\text{К-во действий}}$	$ROI = \frac{\text{эффект}}{\text{затраты}}$	

Рекламные сети – ценовые модели

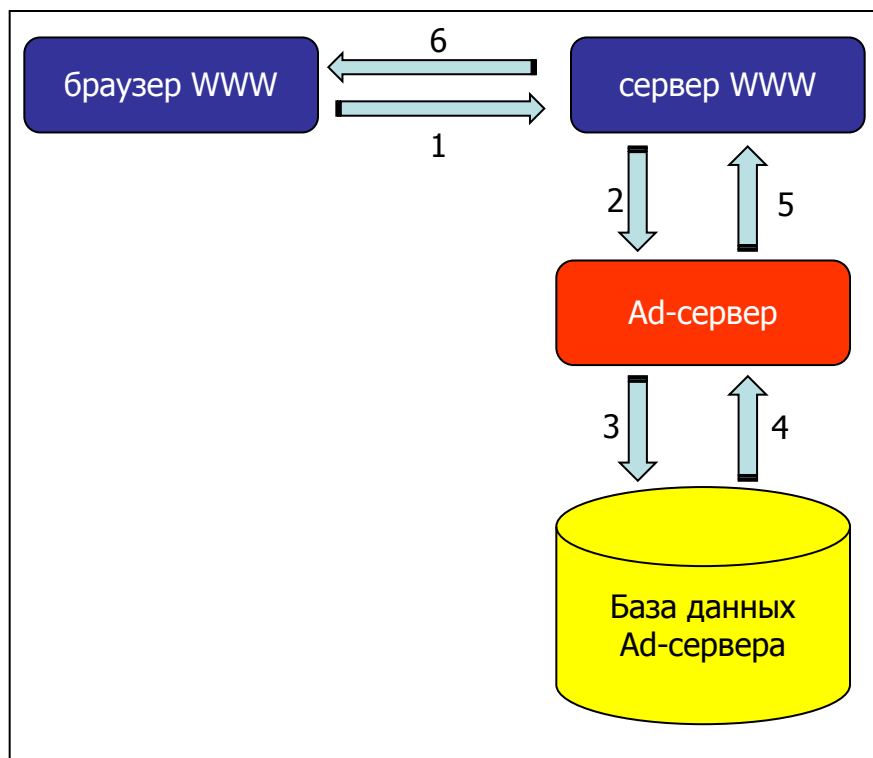
CPM (Cost Per Mille)	Рекламодатель платит за количество показов рекламы (баннеров)
Flat fee (статика)	Рекламодатель платит за время показов
CPC (Cost per Click)	Рекламодатель платит за количество кликов на рекламу
CPA (Cost Per Action)	Рекламодатель платит за количество действий, вызванных его рекламой
МИКСЫ (объединенные модели)	Всевозможные комбинации. Наиболее распространенные flat fee + CPC или flat fee + CPA

Рекламные сети – Как работает Ad-сервер?



Рекламные сети – Как работает Ad-сервер?

Процесс принятия решения



1. Браузер запрашивает у сервера информацию о сайте и код HTML.
2. Передает информацию Ad-серверу.
3. Ad-сервер делает запрос базе данных, где происходит выбор определенного баннера.
4. Информация о баннере пересылается Ad-серверу.
5. Баннер высылается серверу WWW.
6. Сервер WWW демонстрирует баннер в браузере.

Функции и характеристики рекламного сервера

- Автоматическая проверка наличия рекламной площади
- Настройка рекламных кампаний по:
 - Количеству показов
 - Количеству кликов
 - Количеству IP адресов, которым был показан баннер
 - Количеству показов уникальным пользователям
 - Количеству любых определенных действий пользователя
 - Времени показа
 - + комбинации 3 вышеперечисленных параметров
- Доступ к статистическим отчетам кампании клиентов и пользователей. Настройка отчетов индивидуально под требования пользователя

Рекламные сети – возможности Ad-сервера

Возможности

- Таргетинг (обычный и сложный)
- Геотаргетинг
- Исследования

Рекламные сети – возможности Ad-сервера

Обычный таргетинг

- день недели
- время
- операционная система пользователя
- браузер пользователя
- языковая версия
- лимит показов одной рекламы

Рекламные сети – возможности Ad-сервера

Сложный таргетинг

- таргетинг на основе базы данных
- поведенческий таргетинг
- по тематике:
бизнес, биржа, политика,
туризм, развлечения, музыка, кино,
авто, спорт, игры, ...

Рекламные сети – возможности Ad-сервера

Геотаргетинг

- страна
- регион
- город

Преимущества для вэб-сайта

- Эффективное управление рекламным потенциалом сайта
- Планирование кампаний в соответствии со свободными площадками, избежание конфликта между кампаниями
- Неограниченное количество секций и рекламных площадок на сайте
- Отдельная цена для каждой секции и модели продажи
- Статистика для любой секции, рекламной площадки, подробные данные за любой промежуток времени
- Прогнозирование показов на основе статистических данных



Спасибо
за внимание