

«Контекстная реклама, реклама в соцсетях, медийная реклама – сравнительная характеристика трех китов онлайн-продвижения на основании статистики Begin Group»

Begin Group, 2012

www.begingroup.com
www.facebook.com/begingroup

Компания Begin Group в цифрах

13 лет работы на образовательном рынке 13 лет работы в сфере онлайн-продвижения учебных заведений (1999 год — открытие begin.ru) Более 50 кампаний онлайн-кампаний запущено в данный момент 63 клиента, которым мы сделали комплексную рекламную кампании в 2011 году Всего более 400 клиентов за 2011 год Оборот рекламного агентства за 2011 год — 37 млн рублей



Общие подходы к ведению рекламной кампании в интернете

- 1. Россия **первая страна в Европе** по количеству пользователей сети Интернет (52,5 млн в ноябре 2011 года, 57 млн в апреля 2012 года)
- 2. Количество пользователей интернета **увеличилось на 12**% за 2011 год. Для сравнения, количество телезрителей за то же время уменьшилось на 2%
- 3. На фоне общего увеличения рынка рекламы на 21% (за 2011 год) реклама в Интернете показала рост на 58%. В ближайшие годы аналитики ожидают сохранения темпов роста
- 4. Среди целевой аудитории московских вузов старшеклассников и студентов проникновение интернета **превышает 90%**. Конкуренцию по этому параметру интернету не может составить ни один рекламный канал, включая телевидение

Основные направления интернет-активности учебных заведений





Зависимость стоимости контакта от интенсивности рекламной кампании





Сравнение ежедневной аудитории основных рекламных каналов (Россия)

Яндекс (все сервисы) – 27 млн человек Google (все сервисы) – 11 млн человек Vk.com – 30+ млн человек

Facebook.com – 2,5 млн человек

Газета «Ведомости» – 134 тыс. человек

Ucheba.ru – 55 тыс. человек

Examen.ru – 38 тыс. челове





Основные понятия, которыми мы оперируем

CTR (click-through rate) — кликабельность. Определяет интерес аудитории к вашему объявлению. Количество кликов/количество показов

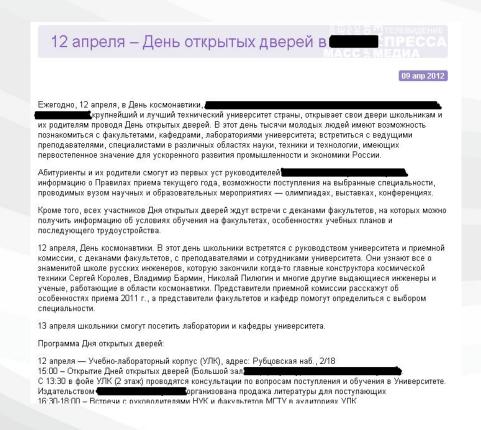
•СРС, стоимость клика — стоимость одного перехода на ваш сайт

Конверсия — процент посетителей сайта, совершивших желаемое действие (регистрация на ДОД, звонок в приёмную комиссию, etc)

• **СРА** — стоимость одного действия, совершенного в результате рекламного воздействия



Конверсия определяется репутацией учебного заведения и качеством посадочной страницы



Добавляйте на сайт фото- и видеоматериалы в удобной для просмотра форме.

Сможете повысить конверсию в 2 раза – сэкономите половину вашего бюджета

Это не самый лучший вариант. Большие массивы текста не запоминаются

Анализ эффективности рекламной кампании



Образовательный портал a-obrazovanie.ru

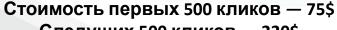
Многолетние лидеры по эффективности среди рекламных площадок выставок Begin Group по данным бумажных анкет

Помните! Яндекс-метрика ставится на сайт за 15 минут, а деньги потом экономит долгие годы!



Контекстная реклама

- Площадка Яндекс
- Клиент негосударственный вуз, первое высшее
- Количество ключевых запросов —
- более 300
- Длительность 4 месяца
- Бюджет 2315 \$
- Количество переходов на сайт —
- 2850
- Средняя цена клика 0,81 \$



Следущих 500 кликов — 220\$

Следущих 500 кликов — 320\$

Следущих 500 кликов — 512\$

Следущих 500 кликов — 650\$



Количество кликов за период

Средняя цена клика при данной интенсивности кампании

Максимальная цена клика, необходимая для достижения такой интенсивности кампании





Поисковые системы — основные характеристики



CTR поиска	0,5-5,0%
СРС поиска	
Бакалавриат	8-15 руб
MBA	25-30 руб
Обучение за рубежом	30-35 руб
CTR медийных сетей	0,1-0,4%
СРС медийных сетей	
Бакалавриат	8-10 руб
MBA	22-27 руб
Обучение за рубежом	27-30 руб



Социальные сети — основные характеристики





CTR	0,06 - 0,08%	0,06 - 0,08%
CPC		
Бакалавриат	8-10 руб	13-17 руб
MBA	25-35 руб	40-50 руб
Обучение за рубежом	20-25 руб	25-35 руб

Почему мы редко используем аудитория?



- у них ведь огромная

В них всего 3 параметра таргетинга. У facebook – 9, у vk.com - 17



Мини-кейс



Реклама в контакте Таргетинг по возрасту и городу (старшеклассники)

Мини-кейс



Реклама в контакте. Таргетинг по возрасту и городу (выставка по магистратуре)

CTR = 0.03% CPC = 50

+ таргетинг на 4 курс бакалавриата

CTR = 0.08% CPC = 30

+ таргетинг по конкретному вузу

CTR = 0.14% CPC = 17





Теплая компания рекламных кампаний нашей компании

































































Присоединяйтесь! Маркетинговое агентство Begin Group

www.begingroup.com/conf
f www.facebook.com/begingroup

