

**«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 апреле 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

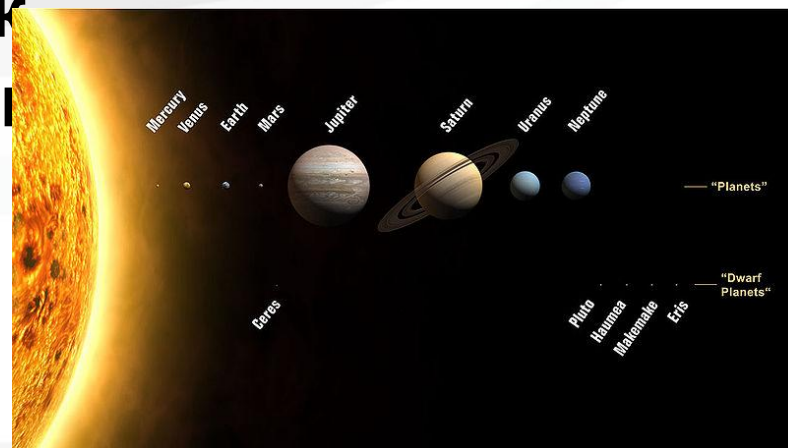
Vk.com – 30+ млн человек

Facebook.com – 2,5 млн человек

Газета «Ведомости» – 134 тыс. человек

Ucheba.ru – 55 тыс. человек

Examen.ru – 38 тыс. человек



Основные понятия, которыми мы оперируем

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

- **CPC, стоимость клика** — стоимость одного перехода на ваш сайт

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

- **CPA** — стоимость одного действия, совершенного в результате рекламного воздействия

Конверсия определяется репутацией учебного заведения и качеством посадочной страницы

12 апреля – День открытых дверей в [REDACTED]

09 апр 2012

Ежегодно, 12 апреля, в День космонавтики, [REDACTED] крупнейший и лучший технический университет страны, открывает свои двери школьникам и их родителям проводя День открытых дверей. В этот день тысячи молодых людей имеют возможность познакомиться с факультетами, кафедрами, лабораториями университета; встретиться с ведущими преподавателями, специалистами в различных областях науки, техники и технологии, имеющих первостепенное значение для ускоренного развития промышленности и экономики России.

Абитуриенты и их родители смогут из первых уст руководителей [REDACTED] информацию о Правилах приема текущего года, возможности поступления на выбранные специальности, проводимых вузом научных и образовательных мероприятиях — олимпиадах, выставках, конференциях.

Кроме того, всех участников Дня открытых дверей ждут встречи с деканами факультетов, на которых можно получить информацию об условиях обучения на факультетах, особенностях учебных планов и последующего трудоустройства.

12 апреля, День космонавтики. В этот день школьники встретятся с руководством университета и приемной комиссии, с деканами факультетов, с преподавателями и сотрудниками университета. Они узнают все о знаменитой школе русских инженеров, которую закончили когда-то главные конструктора космической техники Сергей Королев, Владимир Бармин, Николай Пилюгин и многие другие выдающиеся инженеры и ученые, работающие в области космонавтики. Представители приемной комиссии расскажут об особенностях приема 2011 г., а представители факультетов и кафедр помогут определиться с выбором специальности.

13 апреля школьники смогут посетить лаборатории и кафедры университета.

Программа Дня открытых дверей:

12 апреля — Учебно-лабораторный корпус (УЛК), адрес: Рубцовская наб., 2/18
15:00 – Открытие Дней открытых дверей (Большой зал [REDACTED])
С 13:30 в фойе УЛК (2 этаж) проводятся консультации по вопросам поступления и обучения в Университете.
Издательством [REDACTED] организована продажа литературы для поступающих
16:30-18:00 – Встречи с преподавателями НУК и факультета МПТУ в аудиториях УЛК

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 \$



Средняя цена клика при данной интенсивности кампании



Максимальная цена клика, необходимая для достижения такой интенсивности кампании

- Стоимость первых 500 кликов — 75\$
- Следующих 500 кликов — 220\$
- Следующих 500 кликов — 320\$
- Следующих 500 кликов — 512\$
- Следующих 500 кликов — 650\$



Поисковые системы — основные характеристики



CTR поиска	0,5-5,0%
CPC поиска	
Бакалавриат	8-15 руб
MBA	25-30 руб
Обучение за рубежом	30-35 руб

CTR медийных сетей	0,1-0,4%
CPC медийных сетей	
Бакалавриат	8-10 руб
MBA	22-27 руб
Обучение за рубежом	27-30 руб

Социальные сети — основные характеристики

В контакте

facebook

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

1



Реклама в контакте
Таргетинг по возрасту и городу (старшеклассники)

CTR = 0,08% CPC = 10
+ таргетинг по группам
CTR = 0,12% CPC = 6

Мини-кейс

2



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



Begin Group

Теплая компания рекламных кампаний нашей компании



ВАВТ



ГУМФ



ГУУ



ИМЭС



МГИУ



МГСУ



МГУ
им. М.В. Ломоносова



МГЮА
им. О.Е. Кутафина



МИРЭА



МИСиС



МЭСИ



НИУ ВШЭ



Открытый Мир



Павловская
гимназия



РАНХиГС



РГТУ
им. А.И. Герцена



РосНОУ



РУДН



РЗУ
им. Г.В. Плеханова



СГА



СПбГУ



СПбГУ



СПбГУЭФ (ФИНЭК)



СПбУЭ



ТюмГУ



Финуниверситет



ЧШ «Надежда»



eu
european university
CENTER FOR MANAGEMENT STUDIES
www.eu.ru
European University



ESERP



School of Hotel
Management
SHM
Switzerland
IHITI



Mainor



Sheffield
Hallam University
Sheffield Hallam

Присоединяйтесь!
Маркетинговое агентство Begin Group

www.begingroup.com/conf

www.facebook.com/begingroup