

Реклама в социальных медиа

Евгений Шевченко
Интернет-агентство
UaMaster

MediaCamp
Киев, 7 ноября 2009 г.



Кто я / UaMaster

- Работаю в онлайнe с 1999 года
- Глава жюри «ИР» на «Золотом PROпеллере» (2008)
- Блоггер года (2008)
- Преподаватель интернет-рекламы (КНТЭУ)
- С 2004 года возглавляю ИМА UaMaster (член УАИР)
- 250+ клиентов, 500+ рекламных кампаний
- Организатор конф. «Интернет-маркетинг в Украине»
- Лучшее в агентство Украине по результатам тестирования Яндекса (2008)



UaMaster принимал участие в РК

ДЛЯ:

LEXMARK

EPSON

BOSCH
Invented for life

КОМПАНИЯ
МКС

Яndex
Найдётся всё



 Міжнародні Авіалінії України
Ukraine International
AIRLINES

 **ARDO**
made for you.

U K R
EXIM
B A N K

A Alfa Capital
Ukraine

Microsoft

ABBY
SOFTWARE
HOUSE

АТЛАНТ  
ЛЕПСЕ


MIM-KYIV

 **ВЕНЕТО**
ваш здоровый сон

и многих других

О чем я сегодня расскажу:

- 1. Нужен ли вам интернет?**
- 2. Медиапотребление в
Украине: неожиданные
факты.**
- 3. Медиапланирование сегодня.**
- 4. Реклама в социальных медиа**

Слайд №0

- Реклама: баннерная, контекстная, поисковая оптимизация
- НЕ реклама: посты в блогах, вирусное видео, твиттер, форумы, брендинг etc.

Кому интернет нужен как инструмент *** ?

- увеличения продаж,
- формирования имиджа,
- управления общественным мнением,
- увеличения узнаваемости ТМ,
- коммуникации с контрагентами,
- других маркетинговых задач.

Кому интернет ПОЧТИ не нужен:

- 2/3 товаров с неэластичным спросом (исключения – лекарства, бензин, ...).
- Товары с ценой менее 200 грн. и низкой вероятностью повторной покупки.
- Компании с маленьким радиусом обслуживания (багетная мастерская, несетевой продуктовый минимаркет).
- Ваша ЦА – 55+ лет.
- Монополия.
- И еще несколько случаев.

Почему «ПОЧТИ не нужен»

- Если не клиенты, то контрагенты
- Еще есть СМИ
- Немаркетинговые бизнес-процессы

Какие онлайн-
инструменты
будем
использовать?

Каналы интернет-рекламы

- Веб-сайт (корпоративный, промо, ...)
- Медийная (баннерная) реклама
- Контекстная реклама
- Поисковая оптимизация
- Размещение новостей и статей
- Рассылка писем
- Подпись в письмах
- Игры
- Открытки
- Размещение прайсов/информации
- Доски объявлений
- Блоги, форумы
- и пр.



25+

Целевая аудитория гранична

- Всего: 7,3 млн интернет-пользователей
- Из них охватить контекстом можно...
- При помощи медийки (см. Gemius Explorer)
- В блогах ...

Фактически существует естественный лимит бюджета, ограниченный размером вашей ЦА

Кто все эти люди?

- Не менее 7,3 млн человек
- 57% мужчин (63% просмотров страниц)
- 66% в возрасте 16-34.
- Доступ из дома (84,7%) и с работы (46%)
- Киев (36,2%) и область (10%), Днепр (9,2%), Одесса (8%), Харьков(6%), Донецк (5,6%)...
- 66% работают (70% просмотров страниц)

Динамика потребления медиа

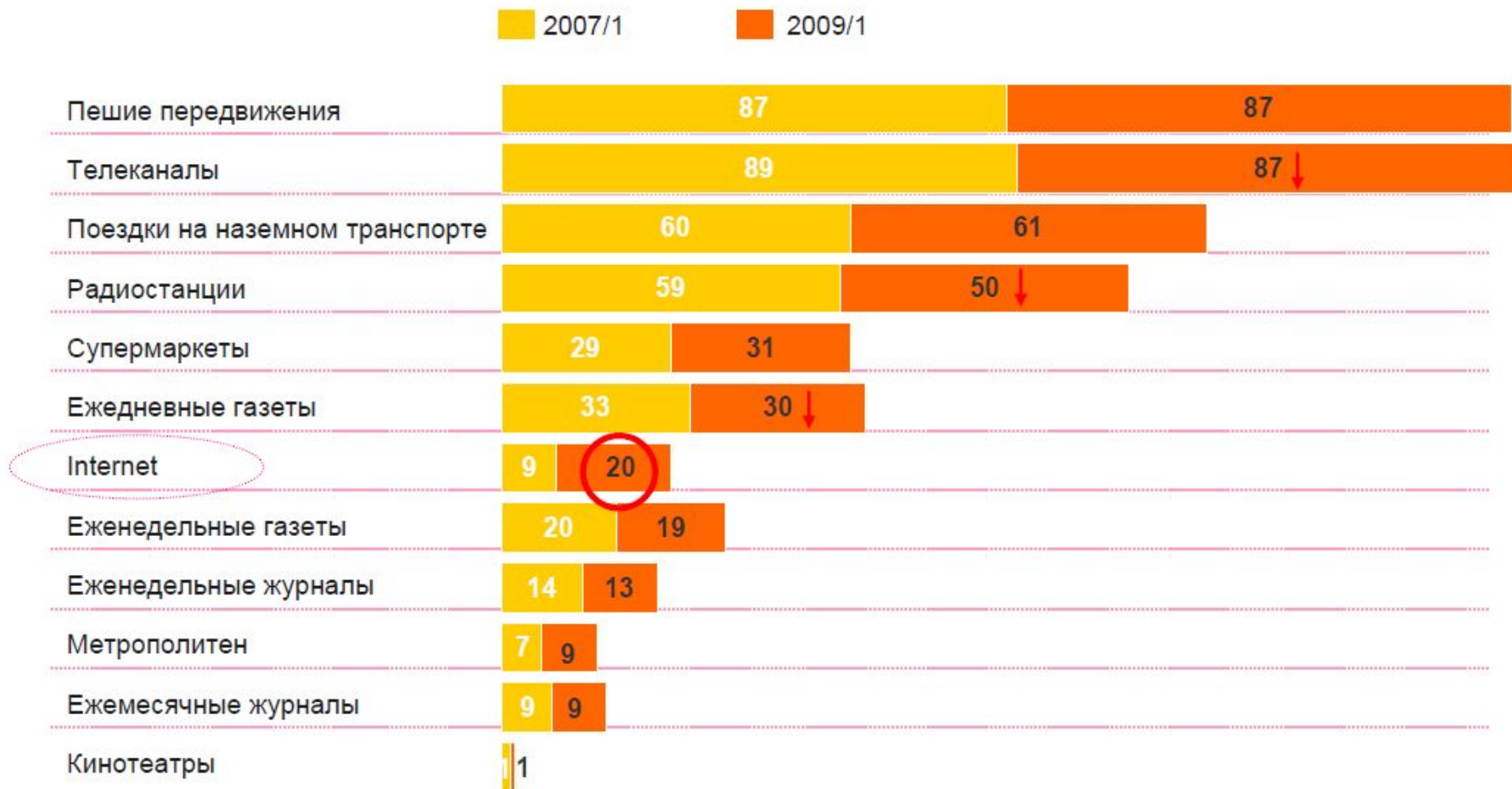


Интернет забирает аудиторию у ТВ, радио и газет

Суточная аудитория медианосителей. Динамика

Исследование: MMI Украина

База: население городов Украины 50 000+ в возрасте 12-65 лет, суточная аудитория каждого из носителей отдельно %





Суточная аудитория медианосителей

Исследование: MMI Украина 2009/1

База: население городов Украины 50 000+ в возрасте 16-35 лет с уровнем дохода на человека в месяц 2000грн. и более

	ОХВАТЫ МЕДИАНОСИТЕЛЯМИ ЗА СУТКИ			
	Cover	Cvr.%	Table % Cover	Conv.Index
Пешие передвижения	2 666,6	87,1	19,2	100
Телеканалы	2 552,5	83,3	18,5	96
Поездки на наземном транспорте/авто	2 062,7	67,3	21,1	110
Радиостанции	1 576,6	51,5	19,8	103
Супермаркеты	1 126,1	36,8	22,7	118
Internet	1 084,0	35,4	33,9	176
Ежедневные газеты	841,9	27,5	17,5	91
Еженедельные газеты	509,3	16,6	17,0	89
Метрополитен	481,4	15,7	32,4	169
Еженедельные журналы	415,8	13,6	20,1	105
Ежемесячные журналы	301,1	9,8	20,6	107
Кинотеатры	59,9	2,0	35,6	185

Профиль суточной аудитории медиа носителей



Исследование: MMI Украина 2009/1

База: население городов Украины 50 000+ в возрасте 12-65 лет, суточная аудитория каждого из носителей отдельно

Affinity Index

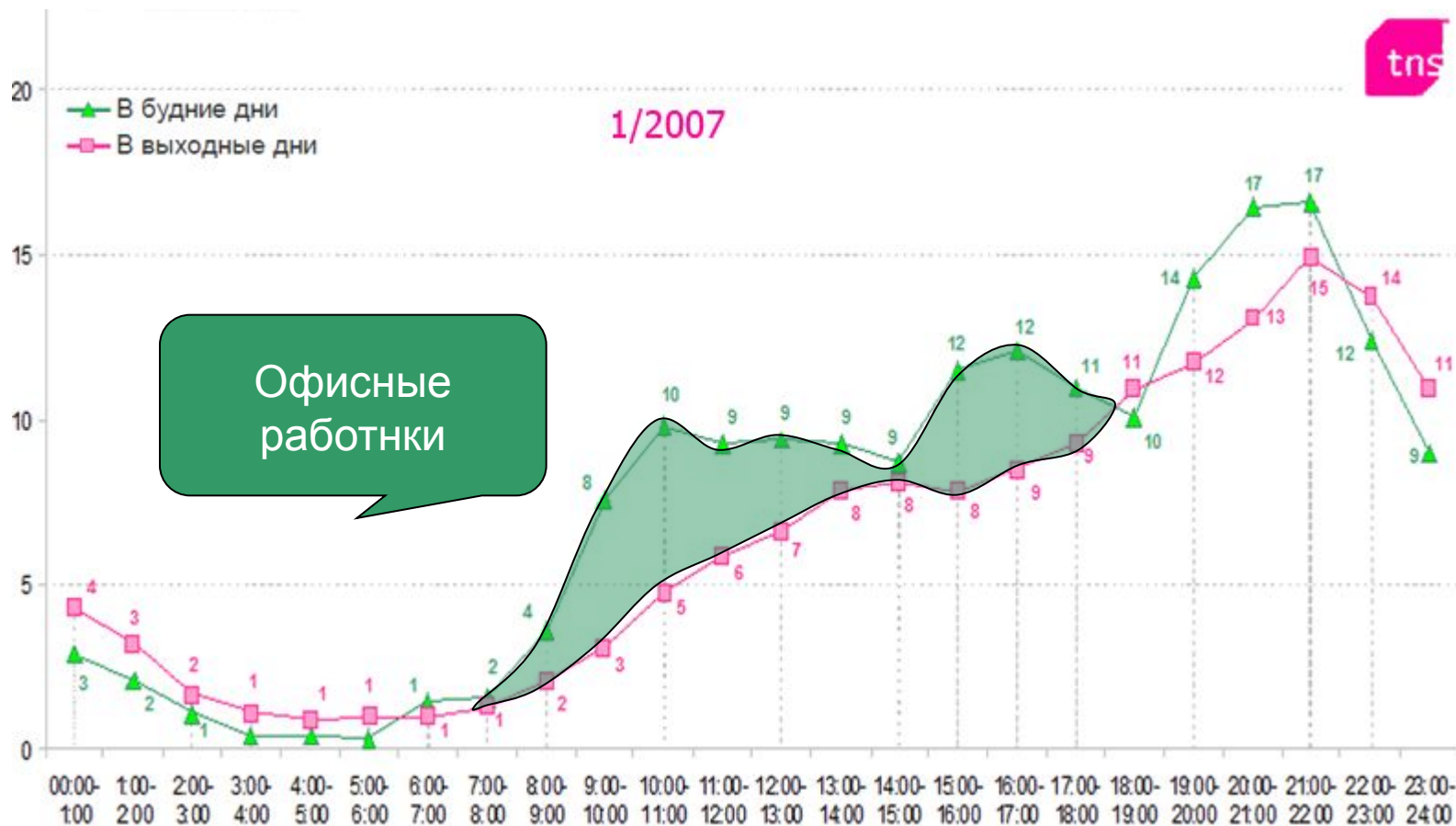
	Internet	ТВ	Радио	Газеты	Журналы
Активное потребление коньяка	161	99	109	114	108
Посещение концертов	203	96	98	120	159
Посещение ночных клубов, дискотек	218	95	109	87	123
Игра в бильярд, боулинг	239	92	108	99	116
Посещение спортивных клубов	196	95	105	99	122
Есть в семье автомобиль	153	101	110	106	103
Намерение приобрести автомобиль	195	95	117	118	121
Наличие дома плазменного, LCD телевизора	131	98	94	99	115
Намерение приобрести портативный компьютер	203	100	105	106	122
Пользование услугами тур.агентств	263	97	108	119	138
Были за границей	211	98	108	116	110
Планирование поездки за границу	201	98	111	111	122
Предпочтение делать покупки в Boscard	226	98	106	185	145

ЭТО ВАЖНО!

Интернет - это единственным медиа, с которым аудитория контактирует в рабочее время.

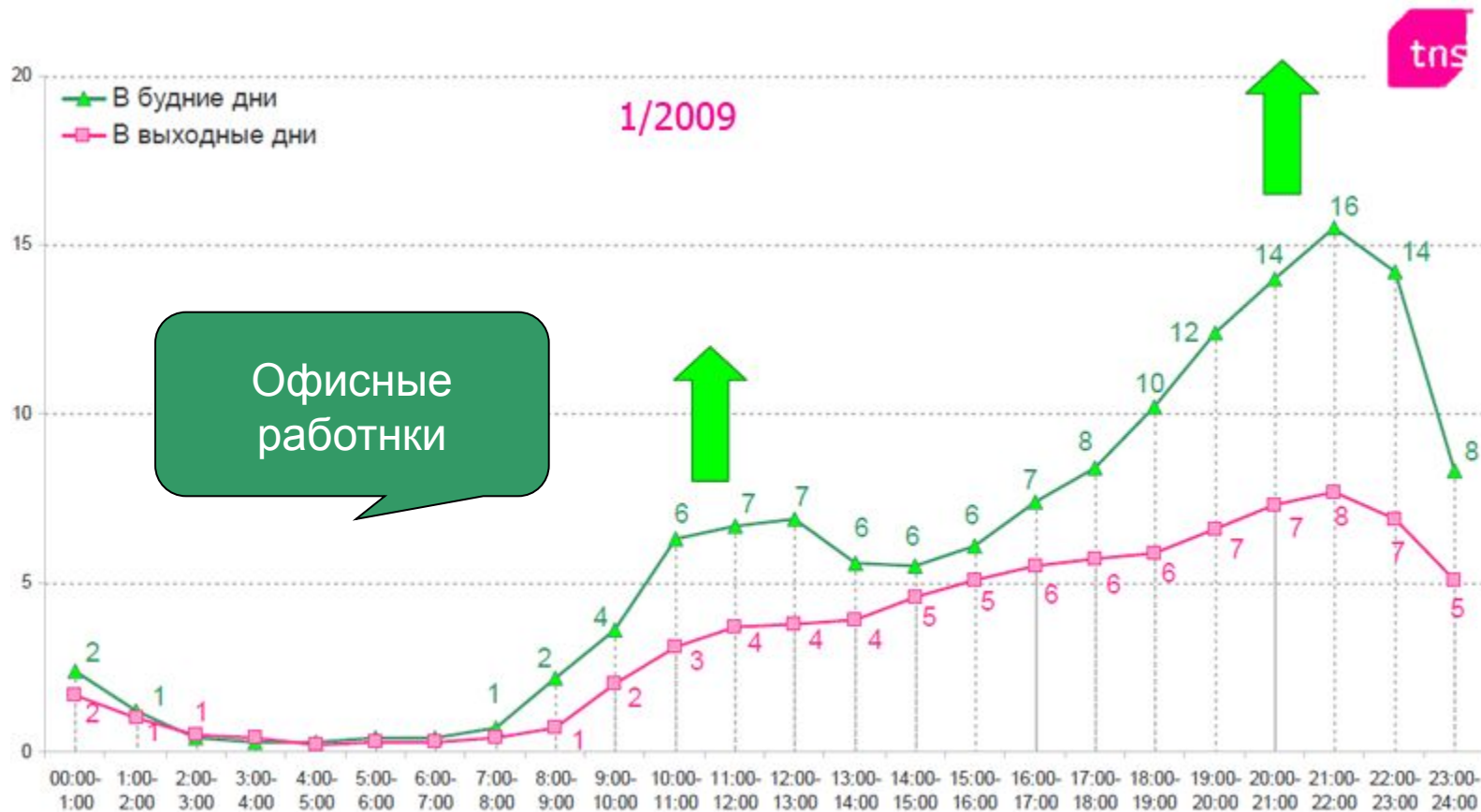


Время использования



Данные TNS Ukraine, май 2007 г.

Время использования



Данные TNS Ukraine, май 2009 г.

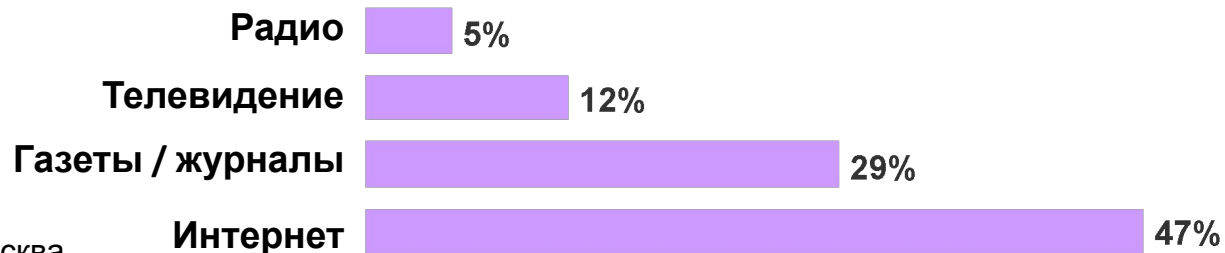
Источники информации

Покупка, продажа, услуги



Для онлайн-пользователей интернет стал более значимым источником информации о товарах и услугах, чем все остальные, вместе взятые, медиа

Расписание культурных событий (кино, театр, концерты)



Где “ловить” ЦА?

Exhibit 3: Short Tail Shifts—Feb. 2003 v Feb. 2009

Feb. 2003 Short Tail Subcategories	Feb. 2009 Short Tail Subcategories
General Interest Portals & Communities	General Interest Portals & Communities
E-mail	Member Communities
Classifieds/Auctions	E-mail
Search	Classifieds/Auctions
Software Manufacturers	Search
Mass Merchandiser	Videos/Movies
Shopping Directories & Guides	Software Manufacturers
Internet Tools/Web Services	Mass Merchandiser
Member Communities	Research Tools
	Weather
	Maps/Travel Info
	Apparel/Beauty
	Hardware Manufacturers
	Multi-category News & Information

- Member Communities shift from one site (Geocities) to Social Networks (Myspace.com and Facebook)
- Two “Web 1.0” subcategories drop from “Short Tail” segment
- As one of largest sites on the Internet, YouTube propels Video/Movies into “Short Tail” segment
- Six new subcategories show diversification of sites: shift from portal-oriented browsing to specialized content

Source: Nielsen NetView

Соц сети в Украине

- 87% пользователей посещают сайты социальных сетей.
- 55% посещают ежедневно.
- 88% - с целью общения с друзьями.

Для сравнения:

- 95% - электронная почта
- 57% - мессенджеры

Данные: ivox.com.ua

Рейтинг популярности

- 37,6 % Одноклассники.ru
- 29 % vkontakte.ru
- 10,7% Мой Мир Mail.Ru
- ...

Данные: ivox.com.ua

Любые два социально активных интернет-пользователя находятся на расстоянии не более трех половых связей друг от друга.



Медиа-планирование



ю: интуитивно, ковровым б.

час: по аффинити

наем: по социальным графам

Будет: по поведенческой модели и истории покупок

Интуитивно

Рейтинг за вчера для посетителей региона Украина

Ресурс (показать описание)	Хостов из региона	Всего хостов	% заходов из региона	
1 ukr.net это - мой интернет!	254 008	318 508	79.75%	
2 GISMETEO.UA: Вся погода по УКРАИНЕ	170 504	212 115	80.38%	
3 I.UA - это что-то новенькое	165 893	269 190	61.63%	
4 FREEMAIL - Украинская электронная почта #1	164 187	203 216	80.79%	
5 MARKETGID - Недорого раскрутим Ваш сайт	163 887	775 648	21.13%	
6 bigmir.net - чем больше, тем лучше!	158 278	245 213	64.55%	
7 Корреспондент - Обама не исключил принятия новых санкций против Ирана	80 362	121 560	66.11%	
8 Online.ua	72 489	133 234	54.41%	
9 METEOPROG.UA - Детальный прогноз погоды в Украине на 15 дней >>	66 124	85 277	77.54%	
10 РБК-УКРАЇНА/Торги на межбанке закрылись в диапазоне 7,6025-7,615 грн/долл.	65 124	85 303	76.34%	

Аффинитивный принцип

Целевая группа	Сайты	№	Посетители (real users)	Просмотры страниц	Ср. время на посетителя [ч:мин:сек]	Охват	Состав аудитор ии
(Пол=мужчина) и (Возраст=[35-44] или Возраст=[45-54])	obkom.net.ua	1.	41 270	2 085 725	1:45:55	4,16%	35,19%
	sportoboz.com.ua	2.	26 543	141 281	0:06:53	2,67%	31,20%
	podberi.tv	3.	4 602	49 287	0:10:44	0,46%	31,05%
	uzr.com.ua	4.	3 826	28 346	0:10:53	0,39%	30,58%
	pravda.com.ua	5.	129 164	4 815 612	1:26:31	13,01%	29,39%
	4post.com.ua	6.	89 832	367 545	0:06:10	9,05%	29,15%
	ostro.org	7.	27 558	340 370	0:27:56	2,78%	28,67%
	bud-inform.com.ua	8.	20 982	38 355	0:01:35	2,11%	27,46%
	ugmk.info	9.	29 062	77 710	0:07:40	2,93%	26,91%
	opel-club.com.ua	10.	7 942	273 890	0:37:03	0,80%	26,00%
	dynamomania.com	11.	13 696	101 348	0:09:35	1,38%	25,93%
	okna.ua	12.	4 239	24 227	0:09:11	0,43%	25,62%
	sport.com.ua	13.	57 104	631 162	0:19:19	5,75%	25,34%
	dynamo.kiev.ua	14.	13 684	125 893	0:20:40	1,38%	25,24%
	oboz.ua	15.	61 644	549 712	0:09:56	6,21%	25,08%
	bin.com.ua	16.	24 051	196 870	0:50:33	2,42%	24,63%
	unian.net	17.	117 095	1 398 399	0:25:23	11,80%	24,52%
	newsru.ua	18.	49 205	288 424	0:08:28	4,96%	24,37%
	expert.com.ua	19.	8 312	15 337	0:00:57	0,84%	24,34%
	ria.ua	20.	61 608	4 862 842	1:12:51	6,21%	24,28%

Охват

Целевая группа	Сайты	№	Посетители (real users)	Просмотры страниц	Ср. время на посетителя [ч:мин:сек]	Охва т	Состав аудитории
(Пол=мужчина) и (Возраст=[35-44]) или Возраст=[45-54])	meta.ua	1.	275 090	10 144 607	0:58:01	27,72%	20,88%
	redtram.com.ua	2.	202 398	2 682 421	1:13:08	20,39%	23,28%
	obozrevatel.com	3.	145 026	1 926 815	1:08:03	14,61%	24,15%
	i.ua	4.	131 704	5 617 045	0:54:10	13,27%	16,21%
	pravda.com.ua	5.	129 164	4 815 612	1:26:31	13,01%	29,39%
	liga.net	6.	125 466	832 574	0:11:40	12,64%	23,59%
	unian.net	7.	117 095	1 398 399	0:25:23	11,80%	24,52%
	fraza.com.ua	8.	95 649	417 621	0:06:28	9,64%	22,60%
	4post.com.ua	9.	89 832	367 545	0:06:10	9,05%	29,15%
	online.ua	10.	82 688	1 840 215	0:29:55	8,33%	15,11%
	from-ua.com	11.	81 837	410 596	0:10:47	8,25%	23,24%
	e-katalog.com.ua	12.	76 743	1 322 217	0:13:58	7,73%	19,03%
	uaportal.com	13.	62 575	631 081	0:13:00	6,30%	18,14%
	oboz.ua	14.	61 644	549 712	0:09:56	6,21%	25,08%
	ria.ua	15.	61 608	4 063 843	1:12:51	6,21%	24,20%
	meteoprog.com.ua	16.	58 174	695 040	0:06:49	5,86%	21,06%
	sport.com.ua	17.	57 104	631 162	0:19:19	5,75%	25,34%
	h.ua	18.	55 578	351 669	0:05:56	5,60%	22,63%
	auction.ua	19.	54 277	348 183	0:04:51	5,47%	22,04%
	24.ua	20.	54 274	198 945	0:05:01	5,47%	23,30%

Соц. графы - как это работает?

ЦА:
Киев
Мужчины,
35-45 лет

фильтруем
нелегальные
пользователи

100% попадание
в целевую
аудиторию!

P.S. География ЦА определяется по IP-адресу, а не анкетным данным.

Киев, мужчины 35-45 лет...



Андрей Задорожный
Последний визит: сегодня 03:32

41 год, Украина, Киев

- [Написать сообщение](#)
- [Показать переписку](#)
- [Добавить в список друзей](#)
- [Показать общих друзей](#)

372 32 5+ [Комментарии \(6\)](#)
[Личные фото \(25\)](#) [Фотоальбомы \(0\)](#)
[На фотографиях друзей \(4\)](#)



1028 48 5+ [Комментарии \(6\)](#)
[Личные фото \(10\)](#) [Фотоальбомы \(0\)](#)
[На фотографиях друзей \(1\)](#)

- [Добавить в фавориты](#)
- [Пригласить в группу](#)
- [Сделать подарок](#)

Специальные решения

на примере автомобильных или мобильных брендов

- Реклама автосервиса или мобильного контента – для владельцев заданных марок



Злата 🐼 [В избранное...](#)
Украина, Харьков

Возраст: 24 года, знак Зодиака:



Денис 🐼 [В избранное...](#)
Украина, Харьков

Возраст: 30 лет, знак Зодиака: **Т** [Овен](#)

[1 фото](#)

Автомобиль

BMW 528

Телефон

Nokia 6500

Автомобиль

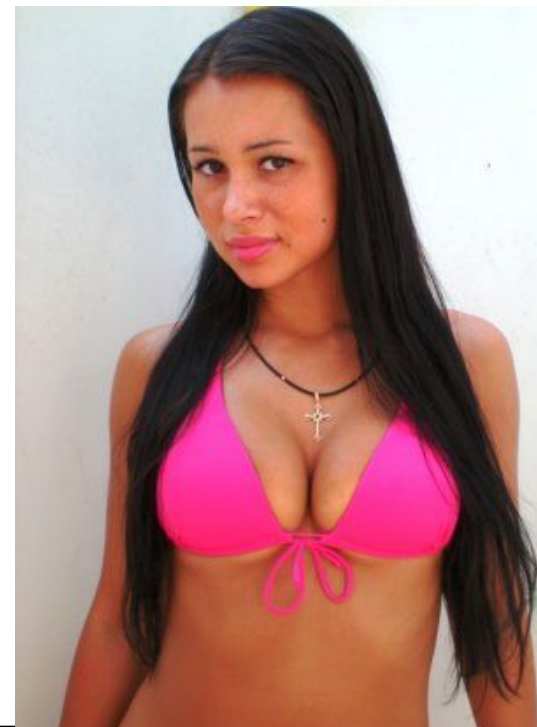
Mazda 6

Возможности сетей ++

Сайты с профилями пользователей позволяют таргетировать рекламу по:

- Полу
- Знаку зодиака
- Возрасту
- Географии
- Цвету волос
- Количеству показов
- Размеру груди

По любым анкетным данным!



Сергей,
38 лет,
BMW 525i
Nokia E75

- Blend-a-Med
- Киевстар
- Gillette Мас3
- СТО BMW
- Goodyear
- Ноутбук HP
- Софт для E75



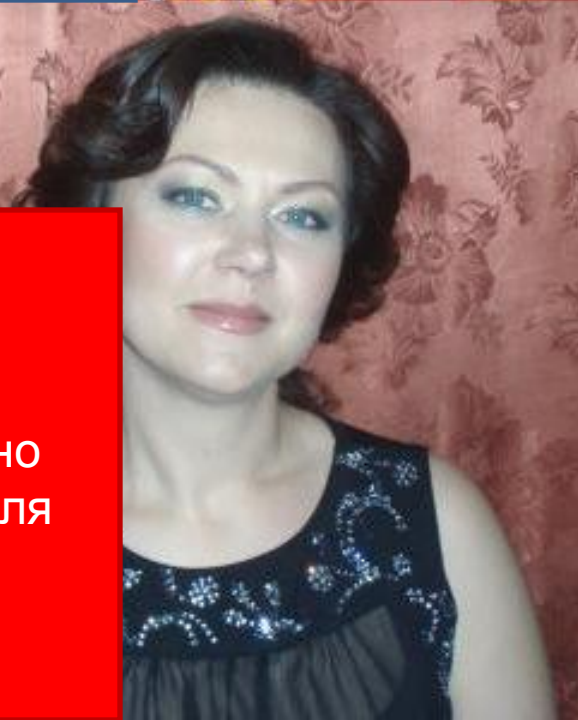
Михаил,
24 года,
лыжи

- Blend-a-Med
- djuice
- Gillette Мас3
- Автомобиль KIA
- Курорт в Карпатах
- Магазин лыж



Наталья,
37 лет,
Кино, театр

- Blend-a-Med
- Киевстар
- Venus Gillette
- Спектакли, кино
- Londa Color (для закрашивания седины)



Маша,
22 года,
iPhone

- Blend-a-Med
- djuice
- Venus Gillette
- Ноутбук Mac Air
- Софт для iPhone
- Wella Flex (с зеленым оттенком)



Особенности медийки в СМ

- Точный таргетинг
- Реклама – не продающая
- Низкая стоимость контакта
- Низкий CTR
- Необходимость вовлечения

Контекстная реклама в СМ

- Показывается по принципу поведенческого таргетинга
- Низкий CTR (относительно поиска)
- Внутренний “контекст” (Вконтакте, facebook, linkedin).

Специальные решения

- Soloway: Adriver+поисковые рефереры – медийный контекст
- «Именные» баннера
- Текстовые ссылки (Одноклассники.ру и пр.)
- Ретаргетинг

Ретаргетинг

Инструмент, позволяющий показывать разные баннера пользователям, которые:

- Еще не посещали ваш сайт;
- Посещали, но не выполнили целевое действие;
- Посещали и выполнили целевое действие.

Сценарии ретаргетинга

- Информлируем;
- Напоминаем;
- Делаем альтернативные предложения;
- Рассказываем о дополнительных опциях.

Ограничения инструментов стимулируют использовать

МИКС

- Контекст хорошо продает, но не формирует спрос. Ограничен объем.
- Медийка – работает долго (отложенный спрос), но дороговастенько.
- SEO – дешевые посетители, но результат – через ~3 месяца.
- И так со всем.

Gay Test



**If you see two people dancing
I've got some news for you**

Не все йогурты одинаково полезны

- SMM и SMO – опасности!!!111
- Вирусная реклама
- Twitter
- Прочие “экзотические” инструменты

Еще два обязательных условия

1. Помните о Landing Page
2. Качество креатива
 - Выгода (не только материальная)
 - Смешно (юмор)
 - Котята (котята)
 - «Сиськи» (секс)
 - «Мясо» (насилие)
 - Зависть (luxury товары)

The image features a classic Looney Tunes ending screen. It consists of a series of concentric circles in shades of red and black, creating a tunnel-like effect that draws the eye towards the center. Overlaid on this pattern is the iconic phrase "That's all Folks!" written in a white, elegant cursive font. The text is positioned diagonally across the center of the circles, with the word "Folks!" being significantly larger than "That's all".

That's all Folks!



**Акция! Три совета по
увеличению эффективности
вашей контекстной рекламы –
бесплатно!**

Напишите на info@uamaster.com
*«хочу три совета по
контекстной рекламе»* - и мы
свяжемся с вами.

С удовольствием отвечу на Ваши вопросы

Евгений Шевченко

050.386.25.29 ← запишите

eugen@uamaster.com

Заказать рекламу: <http://uamaster.com>

Мой блог: <http://ace.kiev.ua>

