

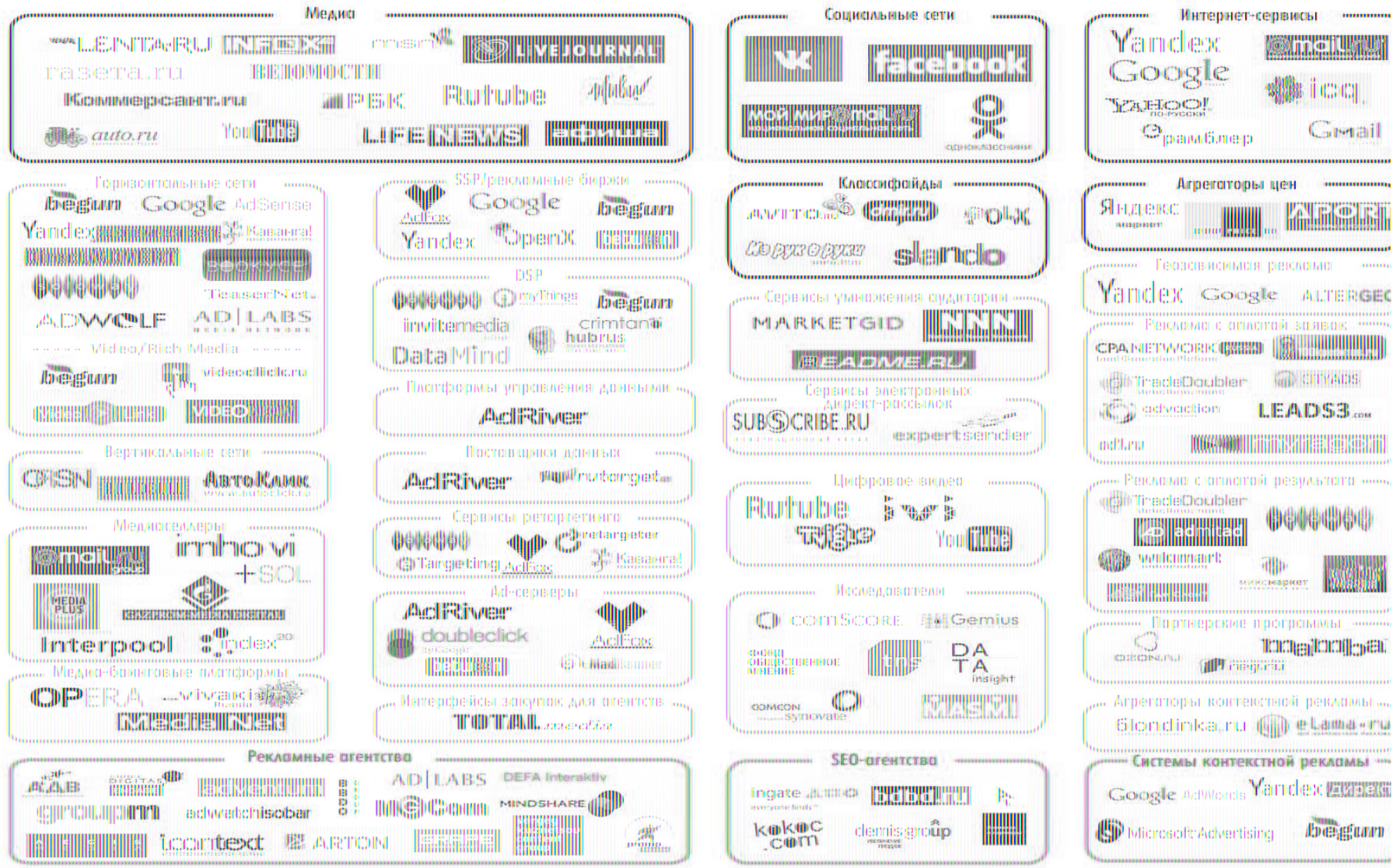
1.7. Экосистема интерактивной рекламы/ интерактивного маркетинга

Экосистема интерактивной рекламы (цифрового маркетинга)

©2011-2012
Boris Omelnitskiy
v20120919

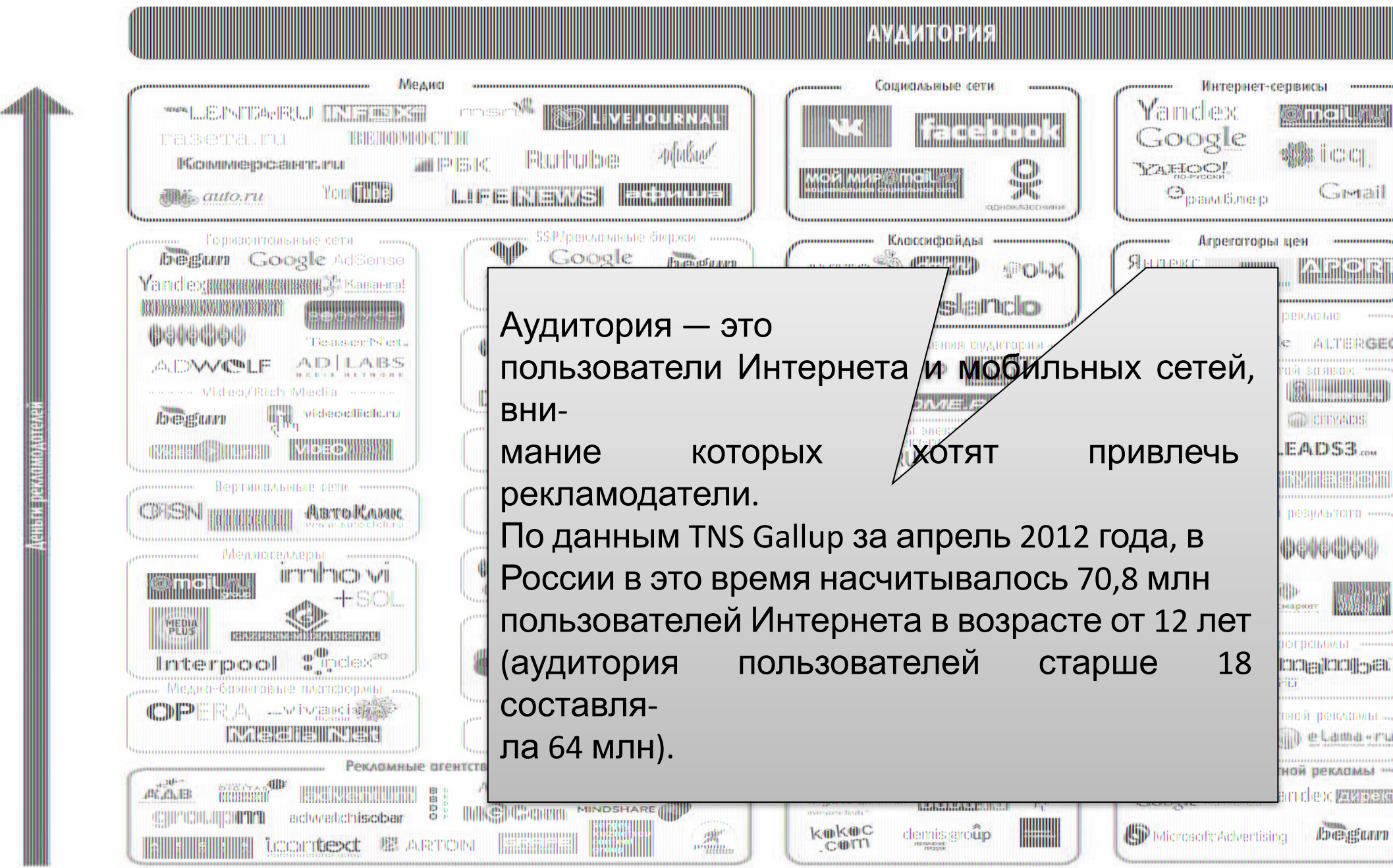


АУДИТОРИЯ



Денги рекламодателей

Экосистема интерактивной рекламы

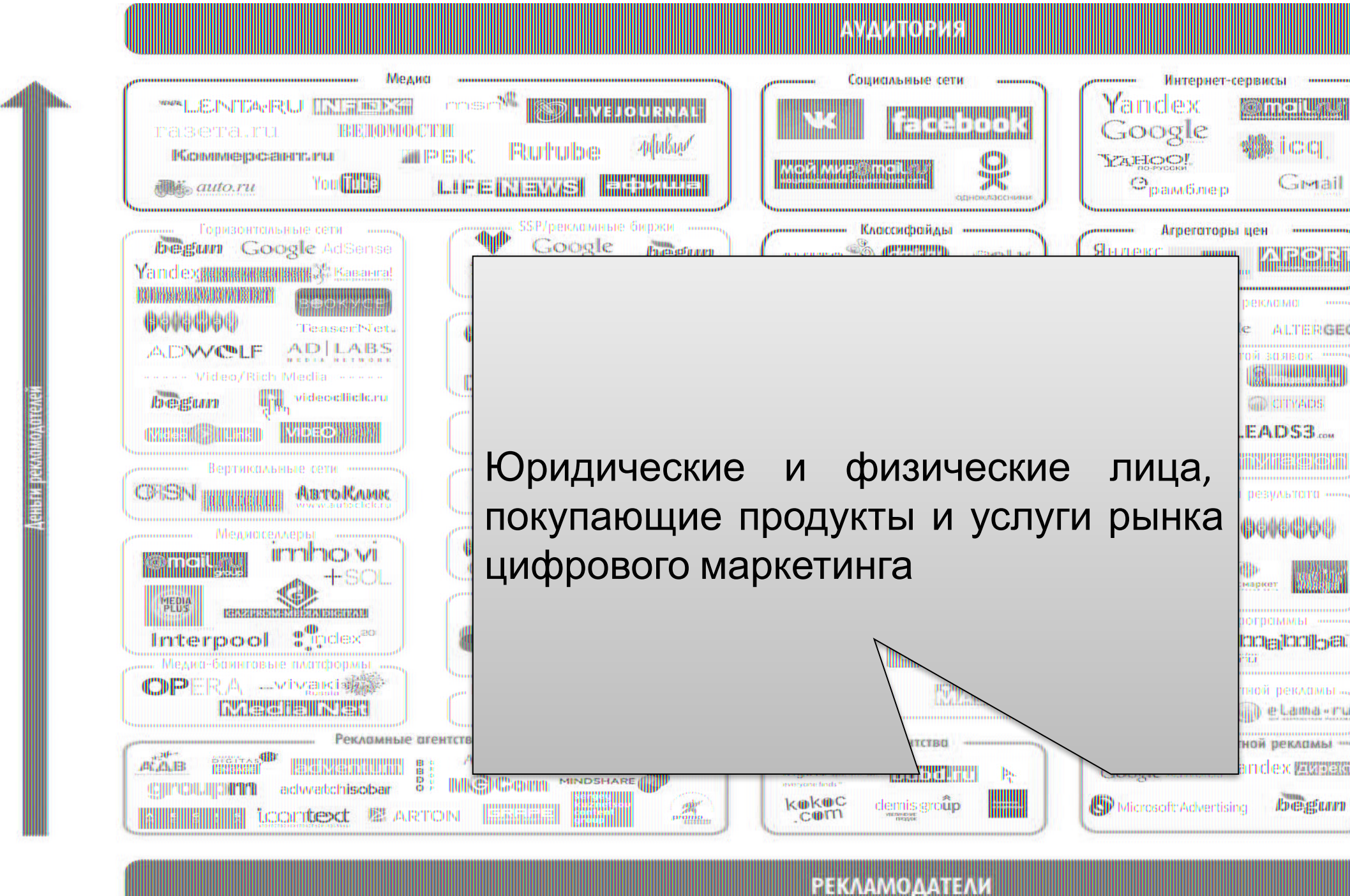


Аудитория — это пользователи Интернета и мобильных сетей, внимание которых хотят привлечь рекламодатели.

По данным TNS Gallup за апрель 2012 года, в России в это время насчитывалось 70,8 млн пользователей Интернета в возрасте от 12 лет (аудитория пользователей старше 18 составляла 64 млн).

Деньги рекламодателей

Экосистема интерактивной рекламы

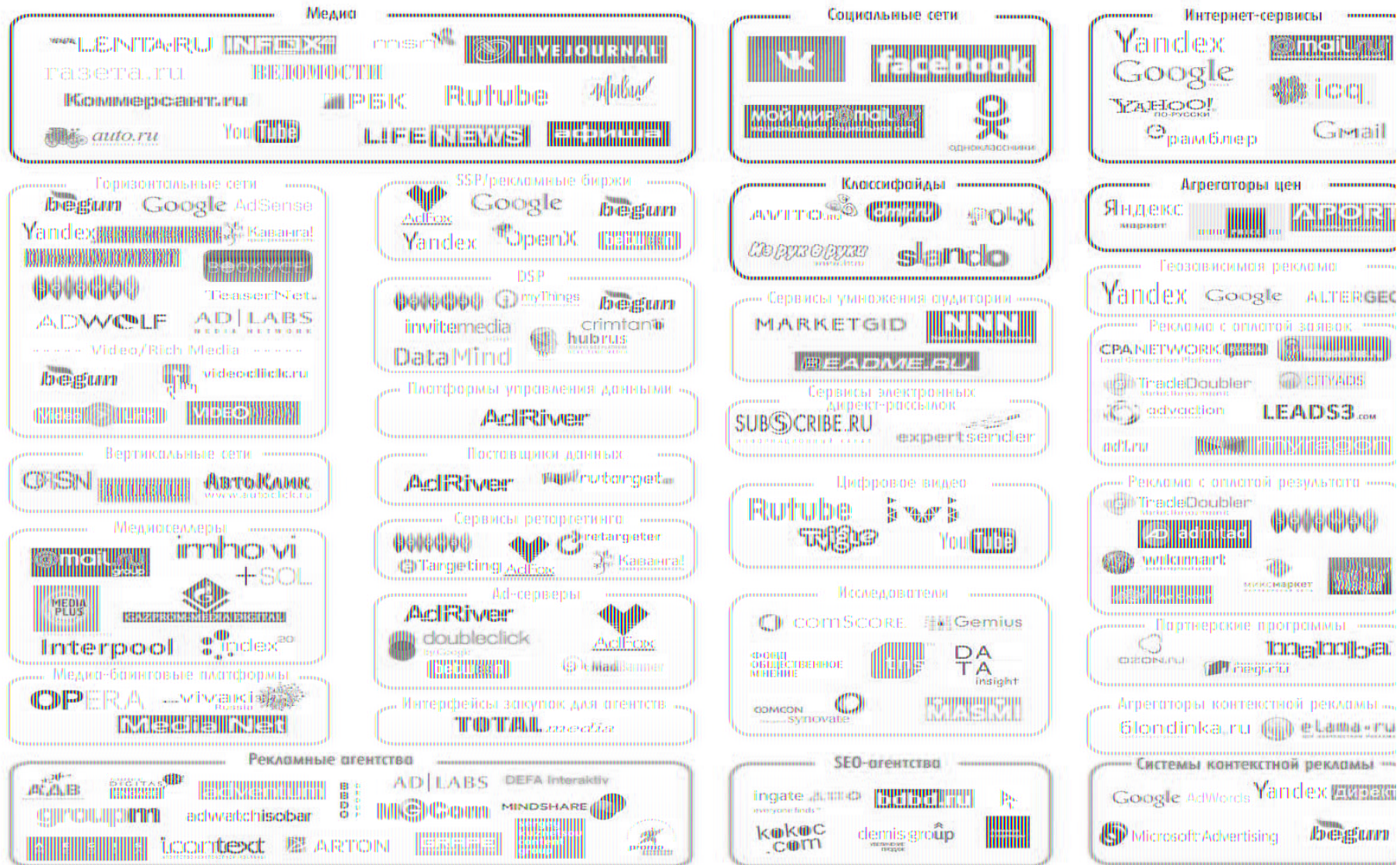


Экосистема интерактивной рекламы (цифрового маркетинга)

©2011-2012
Boris Omelnitskiy
v20120919

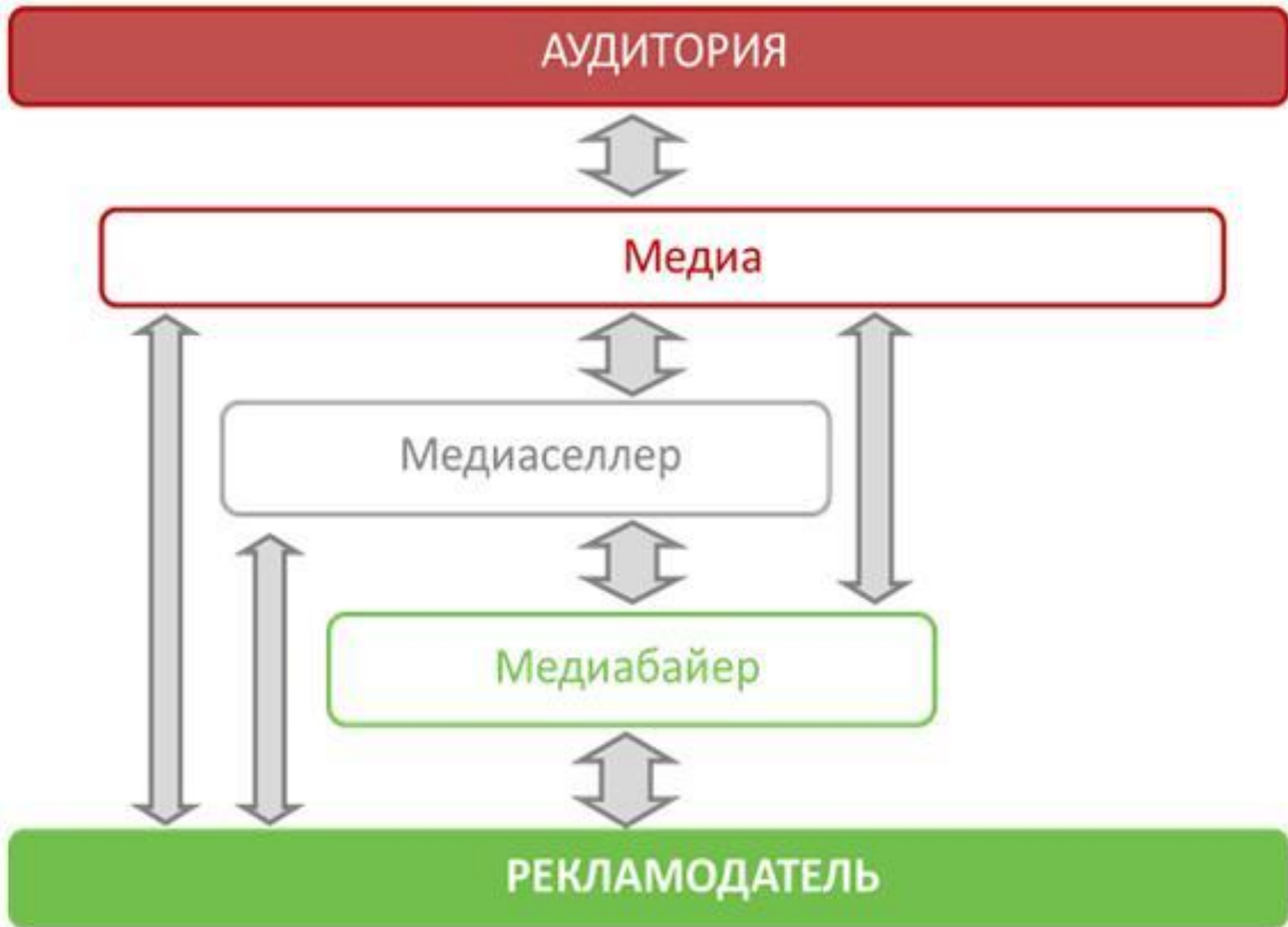


АУДИТОРИЯ

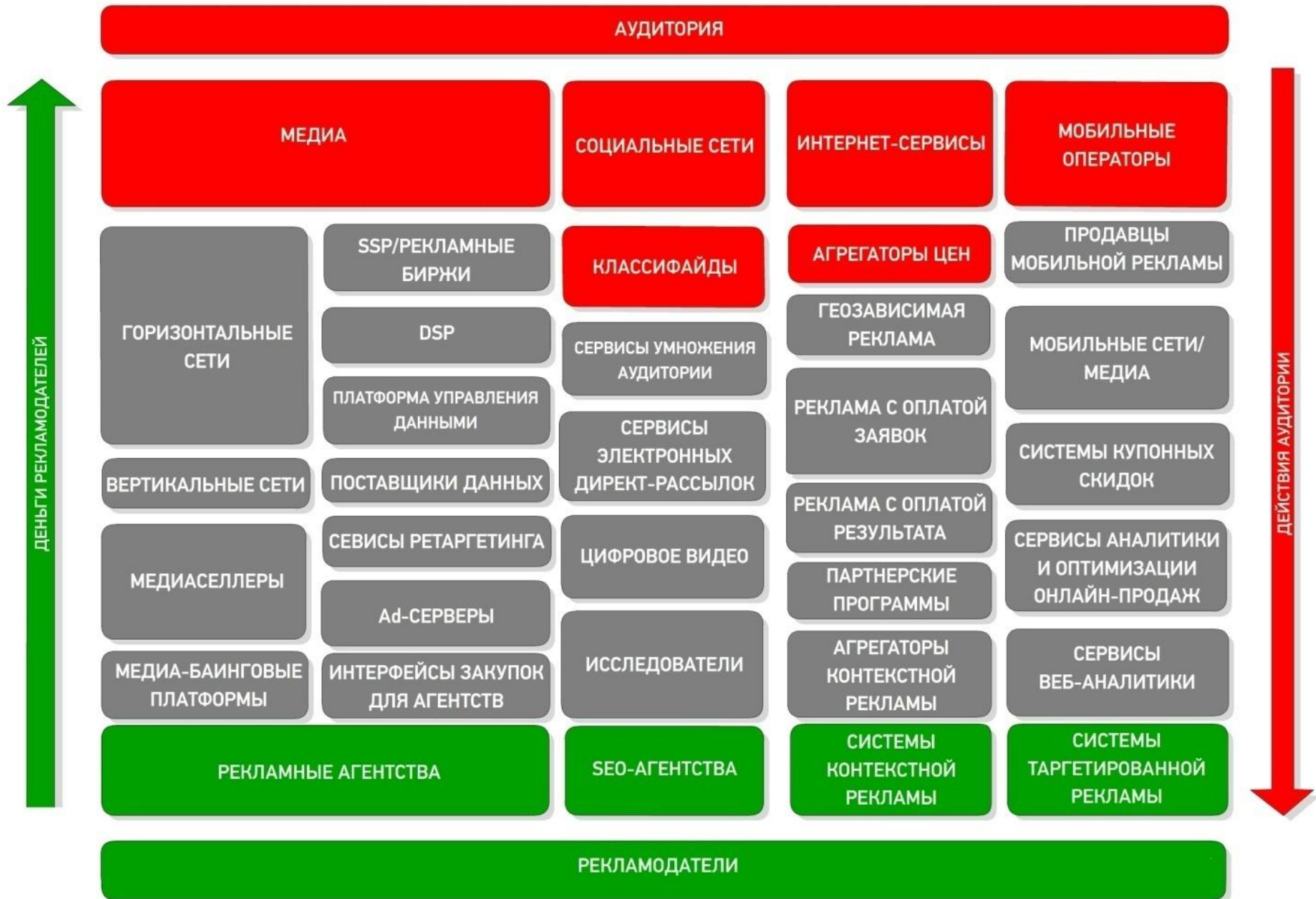


Денги рекламодателей

Экосистема интерактивной рекламы



Экосистема интерактивной рекламы



Услуги интерактивной рекламы (цифрового маркетинга)

Услуги, оказанные внутренними департаментами и внешними провайдерами

Услуги, оказанные внутренними департаментами для себя

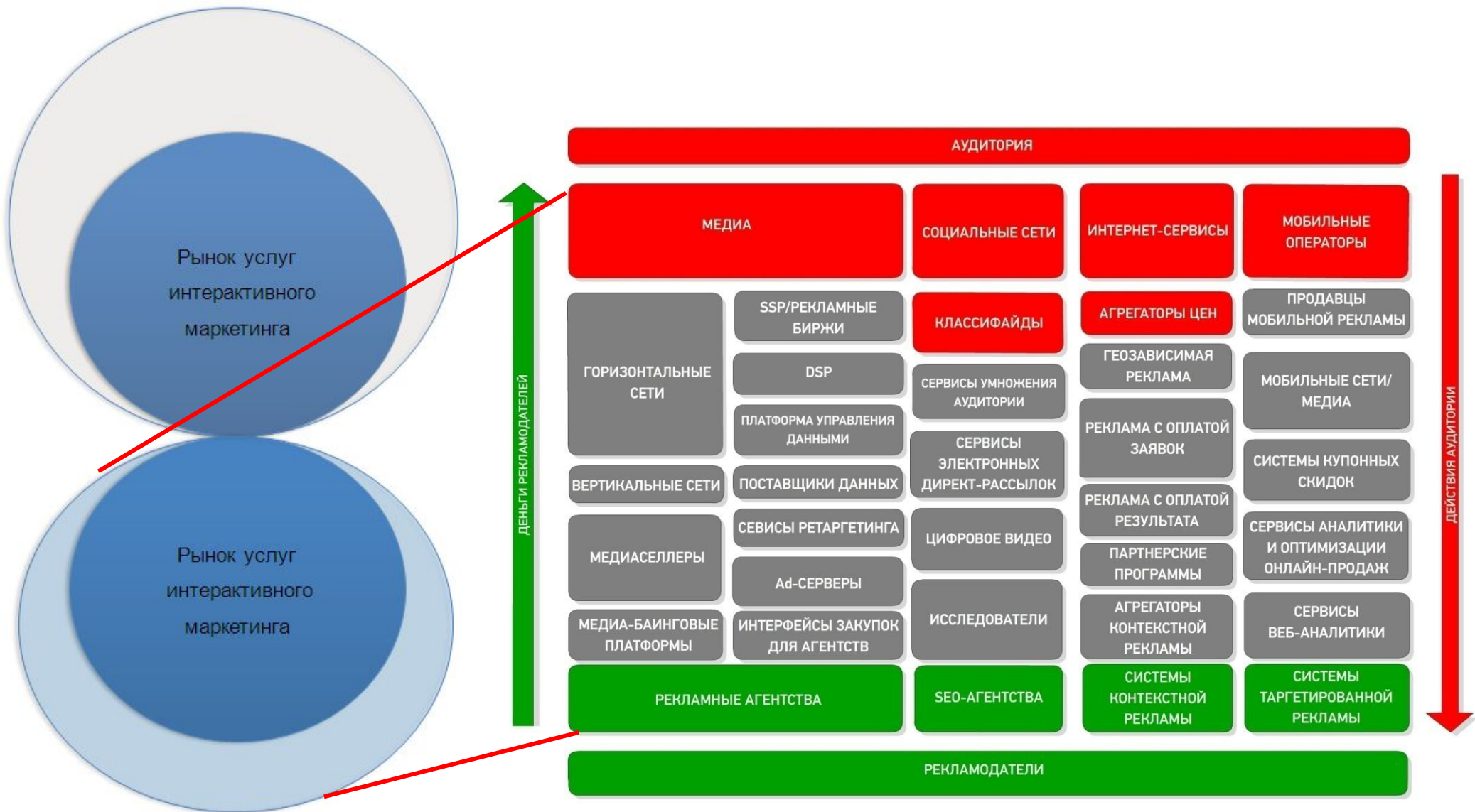
Услуги, поставленные провайдерами интерактивного маркетинга друг другу включая посредников, поддерживающих инфраструктуру



Услуги, закупленные на рынке у внешних провайдеров
=
Услуги, потребленные рынком
(Demand side market)

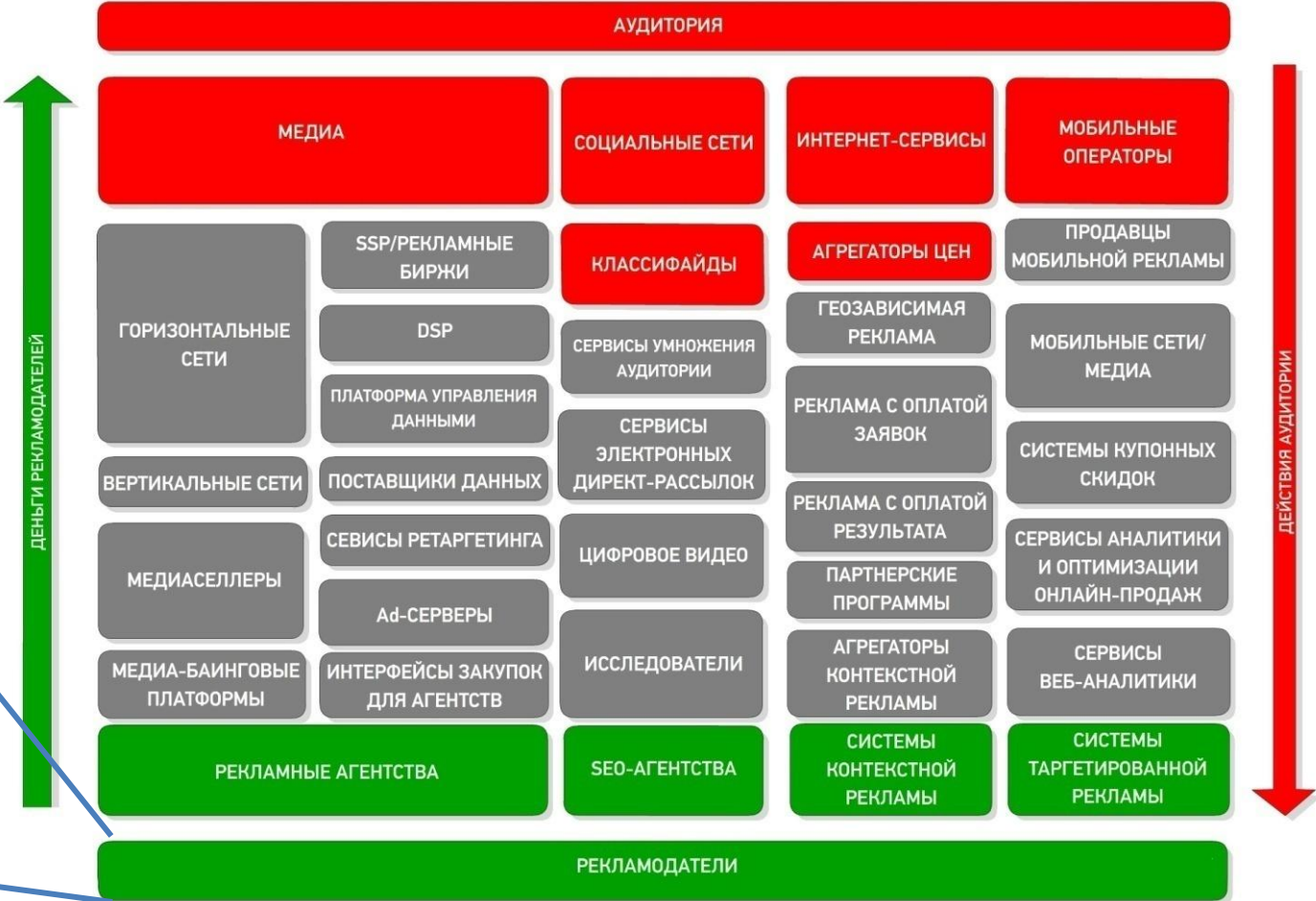
Услуги, поставленные провайдерами интерактивного маркетинга
(Supply side market)

Услуги, оказанные рекламодателям плюс услуги, поставленные провайдерами интерактивного маркетинга друг другу, включая посредников, поддерживающих инфраструктуру интерактивного маркетинга



Рынок услуг интерактивного маркетинга, то что купили рекламодатели

Несмотря на то, что здесь мы используем термин «рекламодатели», мы подразумеваем, что они не только покупают рекламные места (реклама в узком смысле), но также потребляют другие услуги интернет-маркетинга



Взгляд на структуру рынка интерактивного маркетинга

