

Конференция Web2Win,
Екатеринбург, Сентябрь 2011

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТИЗЕРНЫХ СЕТЕЙ: ПРОДАЮЩИЕ КЕЙСЫ



MARKETGID

Что такое тизерная реклама?

Teaser (англ.) – дразнилка, завлекалка.

Тизерная реклама содержит в себе две составляющие: интригу и ее раскрытие.



Тизерная реклама в интернете

**Настало время приобретать новые
устройства для чтения**



Новинки на рынке электронных книг

Выбирайте из лучшего!



Телевизоры БУДУЩЕГО!

**Эксклюзивная обувь по суперскидкам
- 80%!**



Непревзойдённая коллекция 2011
года!

Наличие интригующего элемента стало не обязательно,
но интригующая реклама обычно повышает CTR.



MARKETGID

Контекстная и тизерная реклама: в чем разница?

[Купон от KupiKupon](#)

Купоны на скидку от 50% до 97%.
Регистрируйся и экономь с КупиКупон!

www.kupikupon.ru

Объявление в Яндекс.
Директ

[Спешите получить скидку от 50 до 90%!](#)

Тизер в сети МаркеГид



Одежда от мировых
производителей.
НИЗКАЯ цена!
www.kupikupon.ru

Если есть картинка, то это
тизерная реклама?



MARKETGID

Нет

Как соблазнить мужчину?



Хотите очаровывающий
взгляд? Тогда наращивание
ресниц то что Вам надо!
3d-lashes-mitino.ru

Контекстная реклама в
сети Бегун



MARKETGID

Разница заключается в возможностях таргетинга

Контекстная реклама привязана к поисковому запросу или тексту страницы.

Тизерная реклама имеет ограниченные возможности таргетинга:

- стандартные гео и время
- реже демография и интересы

А картинка нужна, чтобы увеличить CTR. Использование изображения увеличивает CTR на 25-100%.



MARKETGID

Контекст vs тизеры: другие отличия

Контекстная реклама	Тизерная реклама
Стоимость клика привязана к ключевым словам. Большая разница в зависимости от категории рекламодателя.	Стоимость клика равномерная по всем категориям. Зависит от гео и CTR.
Объявления имеют большой срок жизни и редко меняются, чтобы не потерять CTR.	Объявления быстро устаревают и требуют замены не реже раза в месяц-два.
Креативное решение очевидно: объявление нужно привязывать к запросу и предложению рекламодателя.	Решение не всегда лежит на поверхности, зачастую требуется поиск эффективных вариантов.
Строгие правила модерации.	Более либеральная модерация, позволяющая использовать тизерный эффект.

А теперь о приятном 😊

Отсутствие привязки к контексту запроса или страницы фактически снимает ограничения на количество переходов.



При правильном подходе в сети МаркетГид можно получать **60-80 тыс.** российского трафика в сутки.

Сравнение эффективности источников трафика на примере шопинг-клуба

Источник / канал	Глубина просмотра	Покупка	Подписка
odnoklassniki / cpm	9,12%	0,15%	3,04%
mail_mainpage / cpm	8,40%	0,14%	2,86%
google / cpc	5,88%	0,10%	1,26%
marketgid_landing / cpc	5,83%	0,08%	1,86%

показатели конверсии по данным Google Analytics

Средняя стоимость перехода по тизерам МаркетГид – 5 центов.
Стоимость перехода по каналу СРМ выше в разы.
МаретГид показывает сопоставимые с контекстом параметры качества.



MARKETGID

Кейс: Sravni.com

- Sravni.com – это прайс-агрегатор, объединяющий на своих страницах предложения сотен интернет-магазинов России.
- KPI Sravni.com:
 - **1 000 – 7 000** переходов в день
 - **60 000** переходов в среднем за месяц
 - Стоимость клика – **2 цента**
 - Глубина просмотра - **2,88**



Sravni.com: переходы с сети МаркетГид



Ежедневные переходы с сети МаркетГид за апрель 2011 года.



MARKETGID

Sravni.com: эффективные тизеры

Новейшие фотоаппараты по
"приземленным" ценам!



Невероятное падение цен!

CTR (%) = 0.17%
70 100 переходов за
весь период

Выбор за Вами!

Дешевые



телевизоры

"Море" ДЕШЕВЫХ телевизоров!

CTR (%) = 0,17%
72 095 переходов
за весь период

С таким оборудованием СНИМКИ
получаются изумительными!



Фотокамеры, которые умеют ВСЁ

CTR (%) = 0.19%
19 391 переходов за
весь период



MARKETGID

Кейс: КупиКупон

Сервис КупиКупон посвящен коллективным покупкам.

КупиКупон предоставляет посетителям возможность получить скидки от 50 до 90% на посещение кафе и ресторанов, развлекательных центров и клубов, салонов красоты и SPA, обучающих курсов и тренингов, и т.д.



MARKETGID

КупиКупон: КРІ

- ◎ Средняя стоимость клика
 - по Москве: 8 центов
 - по России: 6 центов
- ◎ Средний CTR тизеров -
 - 0,08%
- ◎ Среднесуточный трафик с сети
 - 60 000 – 70 000 переходов (6-7% от всего трафика сети)



КупиКупон: конверсия трафика

Средняя конверсия по кампании

- Мгновенные покупки – 0,5%
- Среди зарегистрированных пользователей покупки совершают 20-30%



MARKETGID

Примеры работающих креативов

Всего за 3% от цены!



Самые изысканные
вечерние наряды!
НЕДОРОГО

Клики: **47 544**
CTR: **0,15%**
Цена: **5 центов**
Конверсия*: **2,02%**

Легкие платья и сарафаны! ДЕШЕВО



Комфортно, а главное -
ЭКОНОМНО

Клики: **43 469**
CTR: **0,16%**
Цена: **5 центов**
Конверсия*: **1,54%**

* конверсия в подтвержденные регистрации



MARKETGID

Примеры работающих креативов

Летняя одежда Дешево! Скидки до 90%



Экономьте на всем!

Клики: 60 679
CTR: 0,16%
Цена: 6 центов
Конверсия:* 3,15%

Туфельки, балетки, сапожки и многое другое...!



СКИДКА на всю женскую
ОБУВЬ 90%!

Клики: 49 751
CTR: 0,12%
Цена: 7 центов
Конверсия*: 3,37%

* конверсия в подтвержденные регистрации



MARKETGID

Примеры работающих креативов

Стильная одежда за 3% от стоимости!



ГИГАНТСКАЯ
распродажа брендов!
СКИДКИ 97%

Клики: **10 0566**
CTR: **0,12%**
Цена: **7 центов**
Конверсия*: **5,40%**

Спортивная обувь за "копейки"!



СКИДКА на все
КРОССОВКИ 50-90%

Клики: **55 828**
CTR: **0,13%**
Цена: **6 центов**
Конверсия*: **4,08%**

* конверсия в подтвержденные регистрации



MARKETGID

Создание креатива для КупиКупона

- создано более **9300** тизеров
- **150-200** из них работает и приносит трафик на сайт клиента
- каждый день создается до **100** тизеров
- **12** креативщиков работает над проектом
- **2-3** месяца в среднем живет один тизер



Как повысить CTR тизеров?

Используйте проверенные клише в заголовках:

акция

выгода

выигрышный

гарантия

качество

неограниченный

ограниченный

ослепительный

открытие

подлинный

проверенный

распродажа

самый низкий

секрет

секретный

сенсационный

скидка

снижение [цены]

соблазнительный

удивительный



MARKETGID

Оптимизация рекламных кампаний

- Установите на сайте нормальный счетчик: Google Analytics или Яндекс.Метрику
- Используйте разметку рекламных кампаний: utm-разметка для GA или OpenStat для Метрики
- Настройте в статистике цели, для отслеживания конверсий по тизерам и рекламным площадкам
- Постоянно оценивайте качество тизеров и рекламных площадок, чтобы отсеивать неэффективные



UTM-разметка рекламных кампаний автоматизирована в сети МаркетГид

До: <http://www.tehnolex.ru/>

UTM-разметка рекламной кампании для Google Analytics

+ utm_medium (средство кампании)

+ utm_source (источник кампании)

+ utm_campaign (название кампании)

В значение тега utm_content автоматически подставляется id информера в системе МаркетГид.

После:

[http://www.tehnolex.ru/?utm_source=marketgid&utm_medium=teaser_cpc
&utm_content=108681&utm_campaign=pocketbook](http://www.tehnolex.ru/?utm_source=marketgid&utm_medium=teaser_cpc&utm_content=108681&utm_campaign=pocketbook)

В значение тега utm-content автоматом передается id конкретного рекламного блока. «Хвост» с разметкой формируется системой и добавляется к ссылке автоматически.



MARKETGID

Пара хитростей с отслеживанием рекламных площадок в GA

Google Analytics не может распознать переход с конкретной площадки сети МаркетГид, впрочем как и с других рекламных сетей (Директ, Бегун и т.д.)

Изменение фильтра

Введите информацию о фильтре

Имя фильтра:

Тип фильтра: Встроенный фильтр Пользовательский фильтр

Исключить
 Включить
 Нижний регистр
 Верхний регистр
 Найти и заменить
 Дополнительно

Поле А -> Извлечь А: (.*)

Поле Б -> Извлечь Б: http://([^\/*]*)

Вывод в -> Конструктор: \$A1 - via \$B1

Поле А обязательное: Да Нет

Поле Б обязательное: Да Нет

Переопределить поле вывода: Да Нет

Учитывать регистр: Да Нет

Создаем фильтр для записи площадки рекламной сети.



MARKETGID

Используем SetCustomVar для записи id рекламной площадки

Для записи ID площадки в пользовательскую переменную нужно включить опцию «передавать id площадки в ссылке» в личном кабинете МаркетГид и вставить этот фрагмент кода в код счетчика в любое место перед строкой `_gaq.push(['_trackPageview']);`

```
var rsrc = /mgd_src=(\d+)/ig.exec(document.URL);
if(rsrc != null) {
    _gaq.push(['_setCustomVar', 1, 'mgd_src', rsrc[1], 2]);
}
```

mgd_src – название пользовательской переменной, которое будет отображаться в отчетах. Его можно менять.



Спасибо за внимание!

Дмитрий Вдовин
dmitry.vdovin@marketgid.com
www.marketgid.com

