

# Яндекс

&



**Реклама онлайн:  
классификация, аудитория,  
структура рынка**

# Классификация Интернет- рекламы

Интернет-рекламу можно классифицировать по следующим критериям:

- **Формат рекламы**
- **Место размещения рекламы**
- **Принцип показов рекламы**

Каждый из этих пунктов будет рассмотрен отдельно...

# Интернет-реклама: форматы

Формат размещения рекламы в сети Интернет может быть разным и зависит от целей рекламной кампании, целевой аудитории и географии показов рекламы.

Форматы рекламы могут быть следующими:

- **Текстовое объявление**
- **Баннер в виде статической картинки**
- **Баннер в виде анимированной картинки**
- **Видеоролик**
- **Рич-медиа**
- **Комбинированные форматы**

# Места размещения Интернет-

рекламы:

- На страницах выдачи поисковой системы
- На страницах отдельных сайтов в виде рекламного модуля
- В видеоматериалах при просмотре ролика
- В отдельном всплывающем окне при просмотре сайта
- В теле почтового письма при массовой рассылке писем
- В программах, работающих через Интернет

# Принцип показов Интернет-

рекламы:

- Привязка к определенной аудитории (пол, возраст, геотаргетинг, род занятий, соц.статус)
- Без привязки к определенной аудитории, массовость.
- Привязка к сайтам по определенной тематике
- Привязка к поведению пользователя в сети Интернет (его истории переходов на сайты, действия на них)
- Привязка к интересам пользователя (то, что он часто ищет в сети Интернет)

# Разделение Интернет-рекламы

Разделение Интернет-рекламы полезно, когда нужно настроить рекламную кампанию таким образом, чтобы она показывалась определенное время на определенной области и ограниченному количеству человек. Разделение Интернет-рекламы называется «таргетингом».

**Существуют разделения:**

- По географическому месту нахождения пользователя
- По времени показа рекламы
- По количеству показов рекламы одному пользователю (частота запросов)
- По возрасту, полу, роду занятий, соц.статусу
- По наличию/отсутствию определенного программного обеспечения у пользователя
- По характеристикам используемого пользователем оборудования для выхода в Интернет (пк, телефон, коммуникатор)

# Преимущества Интернет-рекламы над остальной

- Возможность запускать и останавливать рекламу в любое время без ущерба по бюджету
- Возможность таргетировать рекламу по различным критериям
- Полный контроль над действиями пользователя
- Конверсия выше, стоимость ниже.
- Мобильность

# Аудитория Интернета в России

Вот зачем рекламисту интернет, вот почему его доля в рекламных бюджетах растет и будет расти

Аудитория за 6 месяцев (Россия, 18+)

Аудитория за месяц (Россия, 18+)





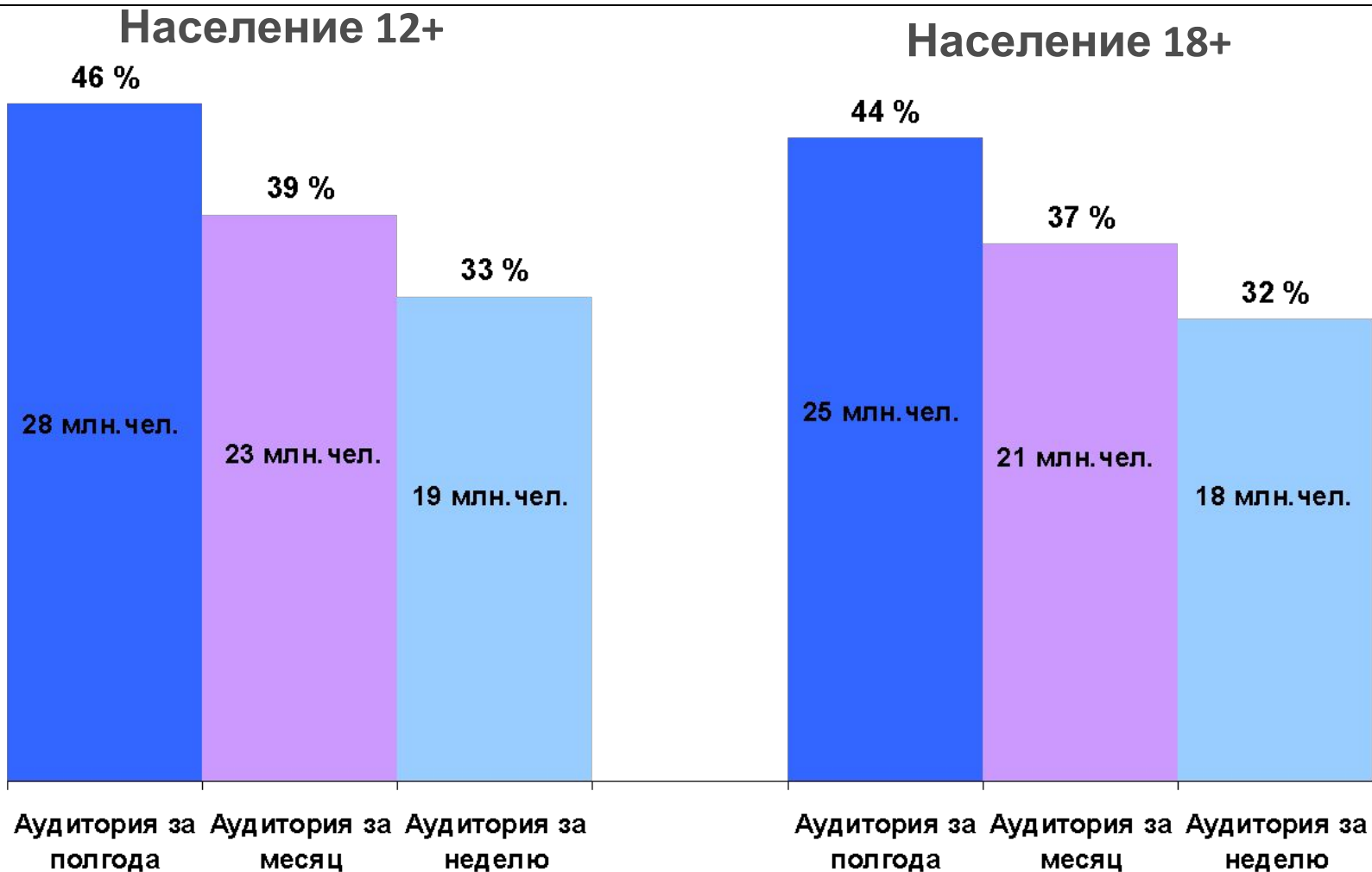
# Ежемесячная аудитория интернета в Москве (Население 12+)



По данным панельного  
исследования TNS Web Media Index



# Аудитория Интернета в России, города 100,000+ (Сентябрь 2008 г.; % от населения в соотв. возрасте и млн. чел.)



По данным панельного исследования TNS Web Media Index



# Доля пользователей среди людей разных поколений

Возраст

12-17

18-24

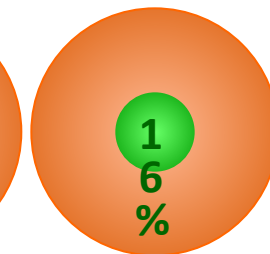
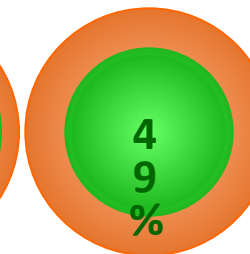
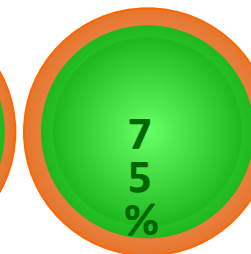
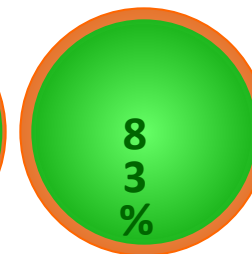
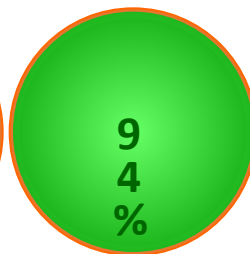
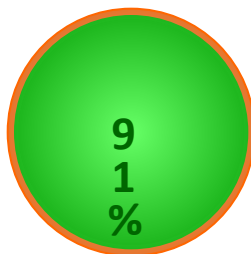
25-34

35-44

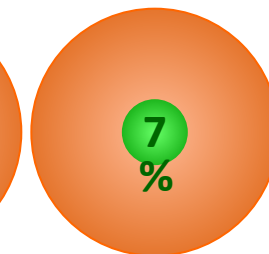
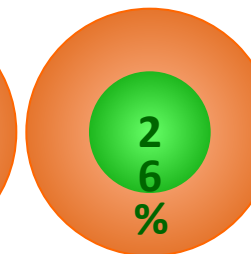
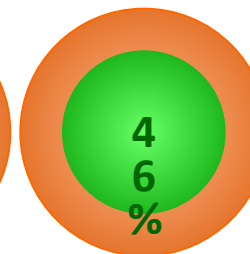
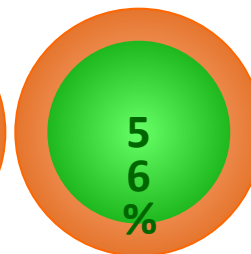
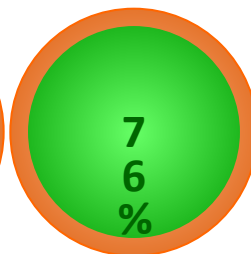
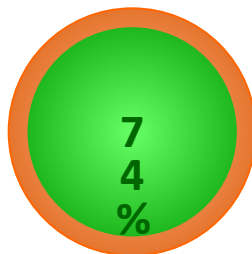
45-54

55+

Москва



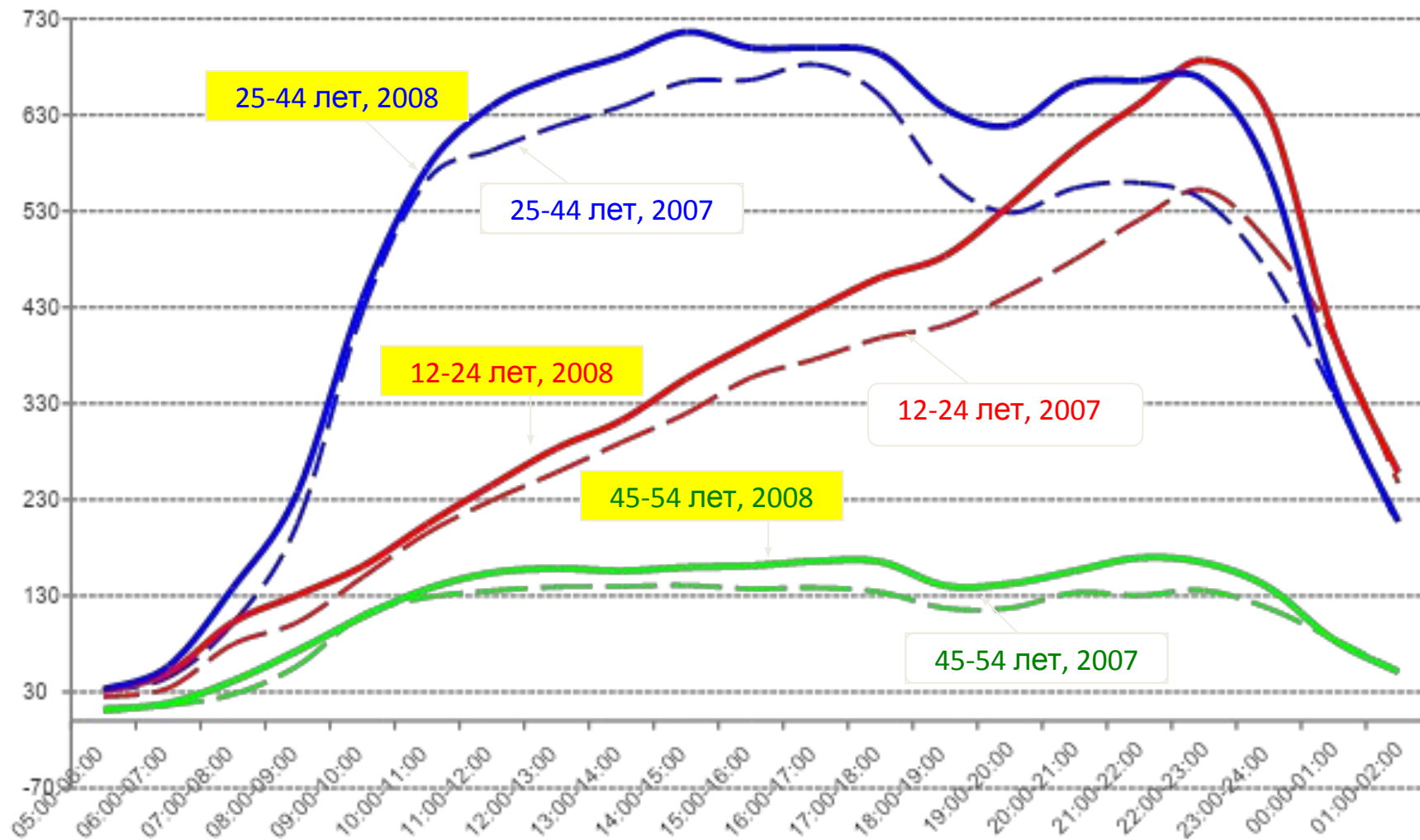
Россия



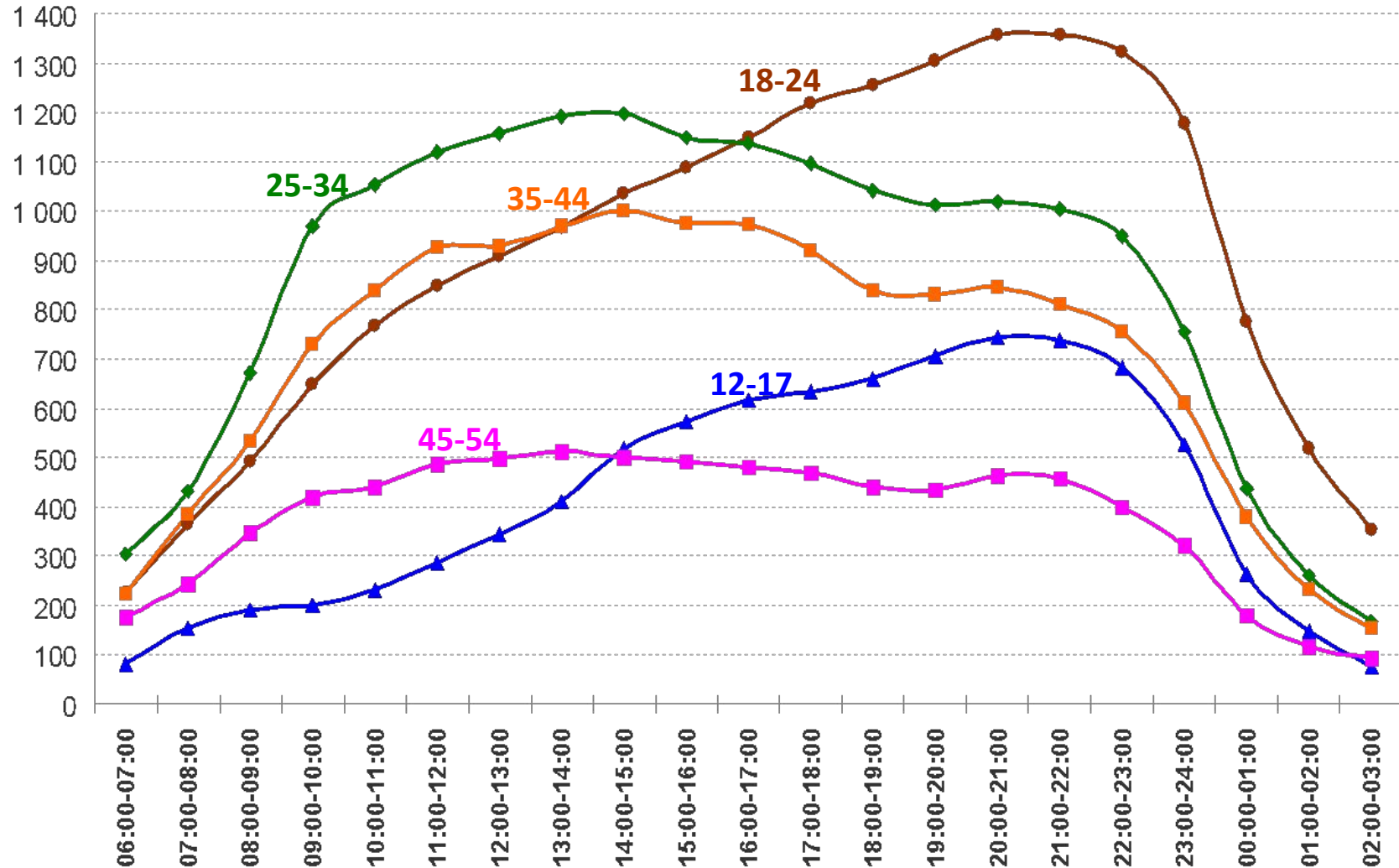
Все люди этого возраста = 100%

Интернет-пользователи этого возраста

# Распределение аудитории интернета по возрастам (Москва, будние дни, тыс.чел.)



# Распределение аудитории интернета по возрастам (Россия, будние дни, тыс.чел.)

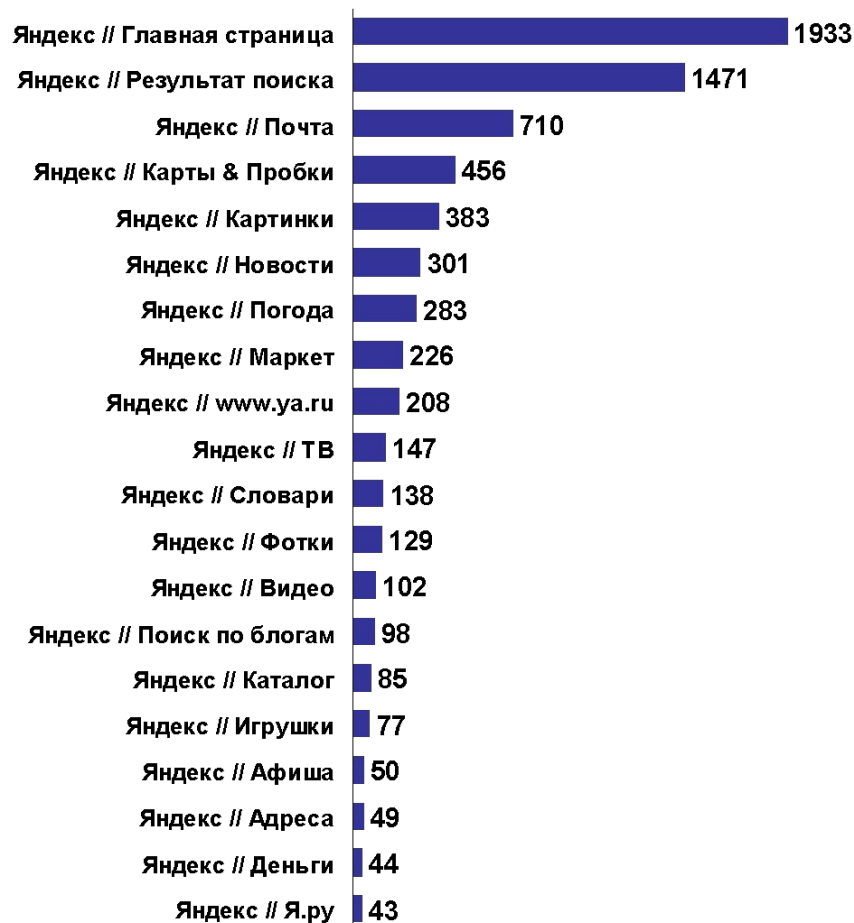


# Проекты Яндекса vs. пресса в Москве

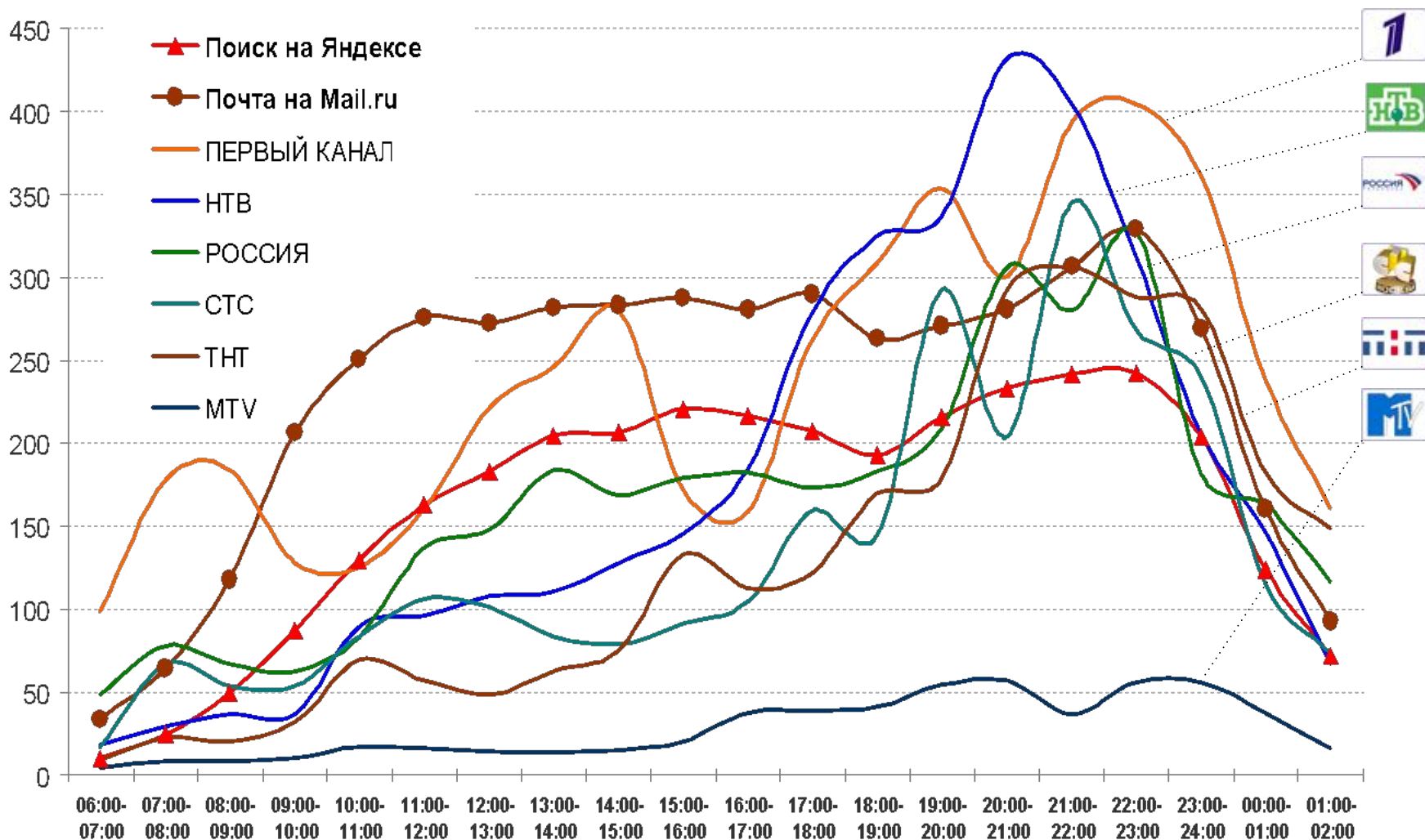
Аудитория газет в Москве  
возраст 16-54



Аудитория проектов Яндекс в Москве  
возраст 16-54



# Аудитории крупнейших разделов Интернет-порталов Vs. Аудитории телеканалов в Москве (12-54, будние дни, тыс.чел.)



# Активность телезрителей и пользователей интернет

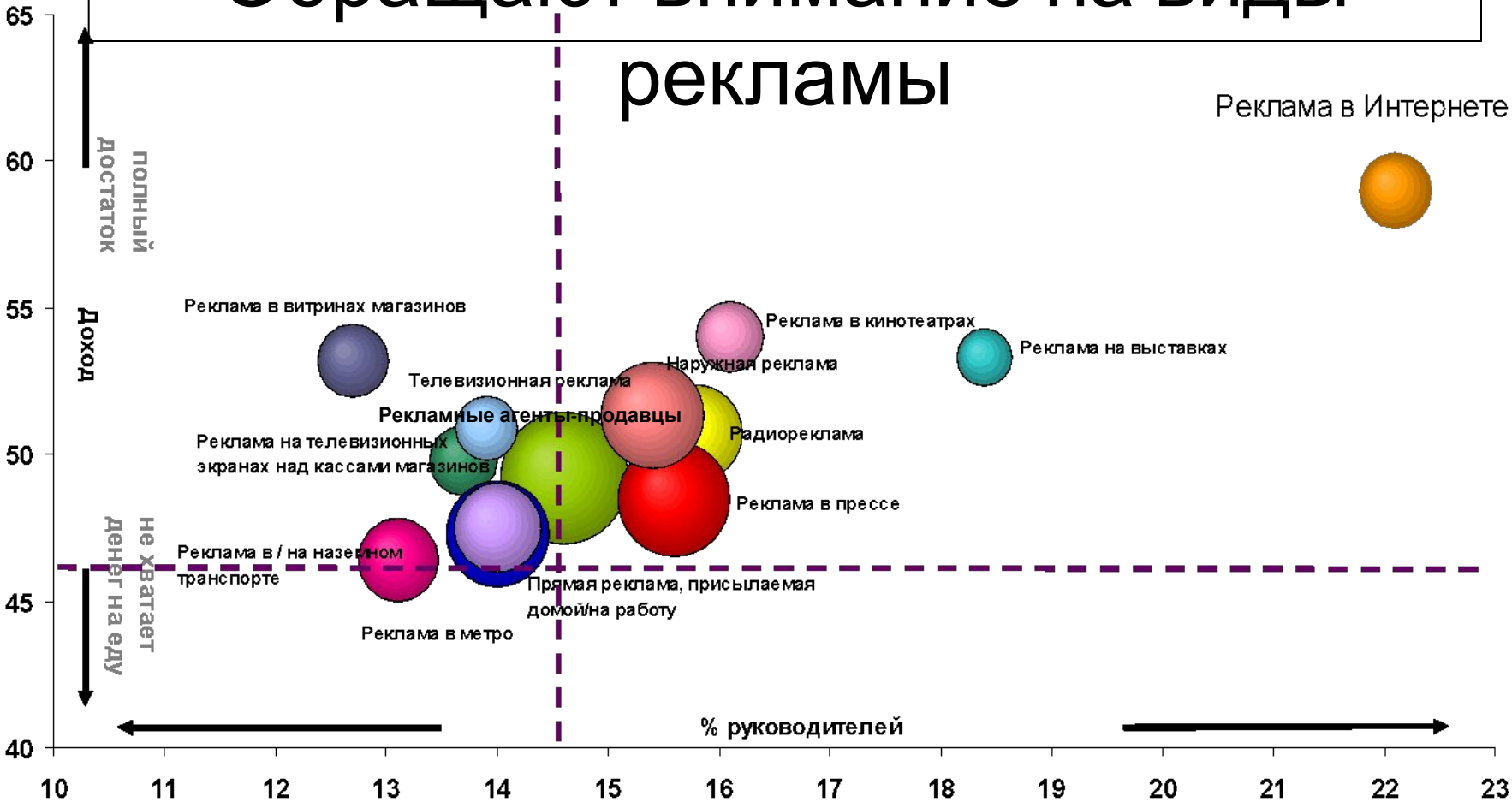
Британскими учеными, давным-давно доказано!  
Что пользователи интернета в среднем на 37%  
активнее чем телезрители!





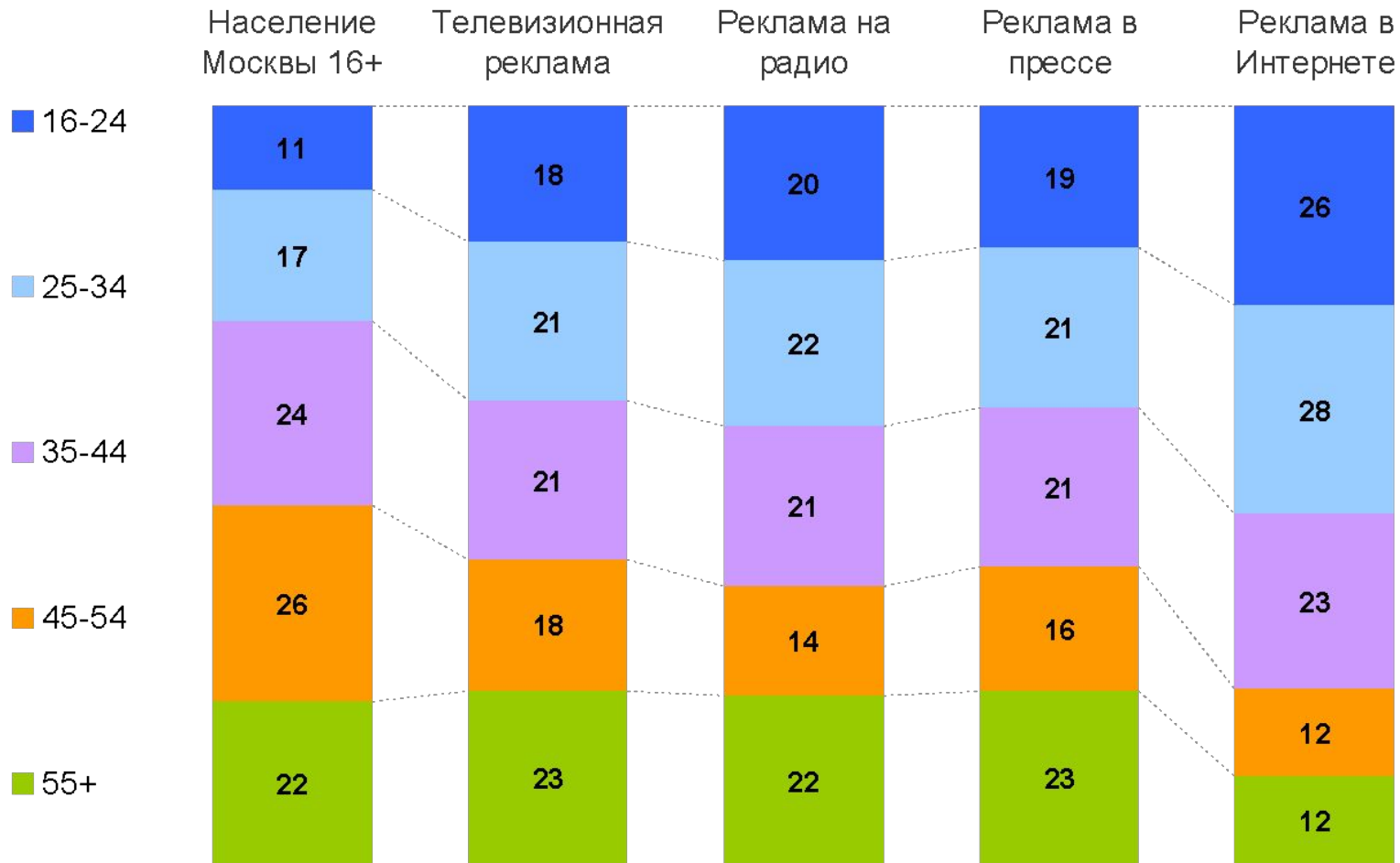
# Обращают внимание на виды

## рекламы

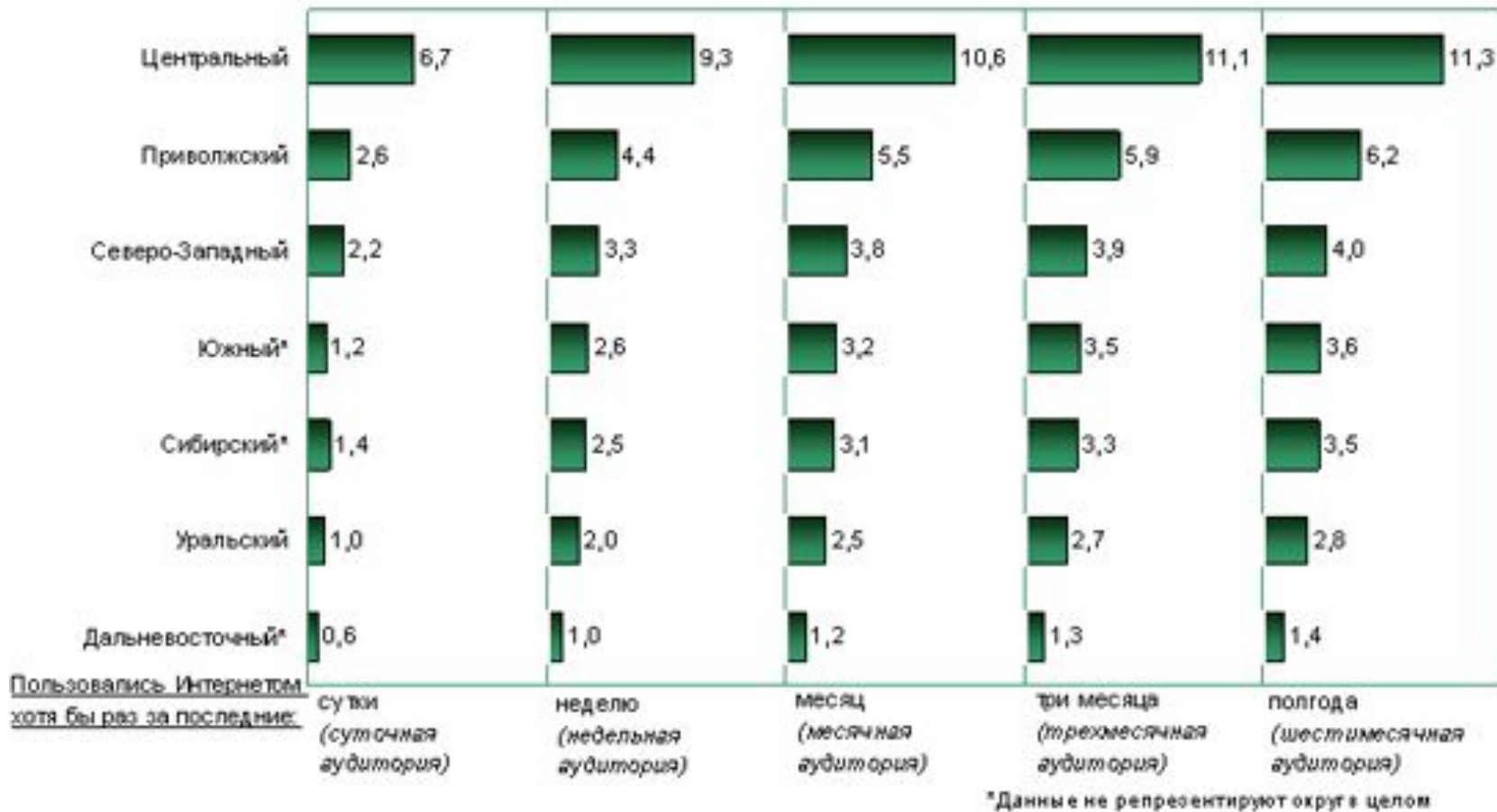


● Площадь кругов пропорциональна потребителям соответствующих типов рекламы  
 - - - Пунктирной линией показаны значения для населения в целом

# Обращают внимание на рекламу



# Россия большая и разная



Распространение технологий широкополосного доступа в Интернет, уменьшение цен на доступ по стране увеличат активность пользователей.

# Это было недавно?..

Есть много легенд про Первый Баннер.  
Вот самая распространенная.

1994 год, 25 октября. Сайт hotwired.com  
(Сегодня это Wired News - <http://wired.com/>).



468x60, а какой инсайт!....

Первый баннер был частью кроссмедийной кампании:

в основном кампанию

You will !!!!!

бренд AT&T вел на телевидении.

# ...ЭТО БЫЛО ДАВНО!

Через 10 лет только в Штатах на подобное потратили почти 10 миллиардов долларов... Обогнав всю наружку.

А баннер – похоронили.



Декабрь 2004 года, Сан-Франциско

Douglas Weaver,  
продавший первый баннер:  
"It ain't mourning time,  
it's morning time."



**Мы проводим эффективные рекламные кампании!**

Закажите бесплатную  
консультацию:  
**[site@colornew.ru](mailto:site@colornew.ru)**