

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+)

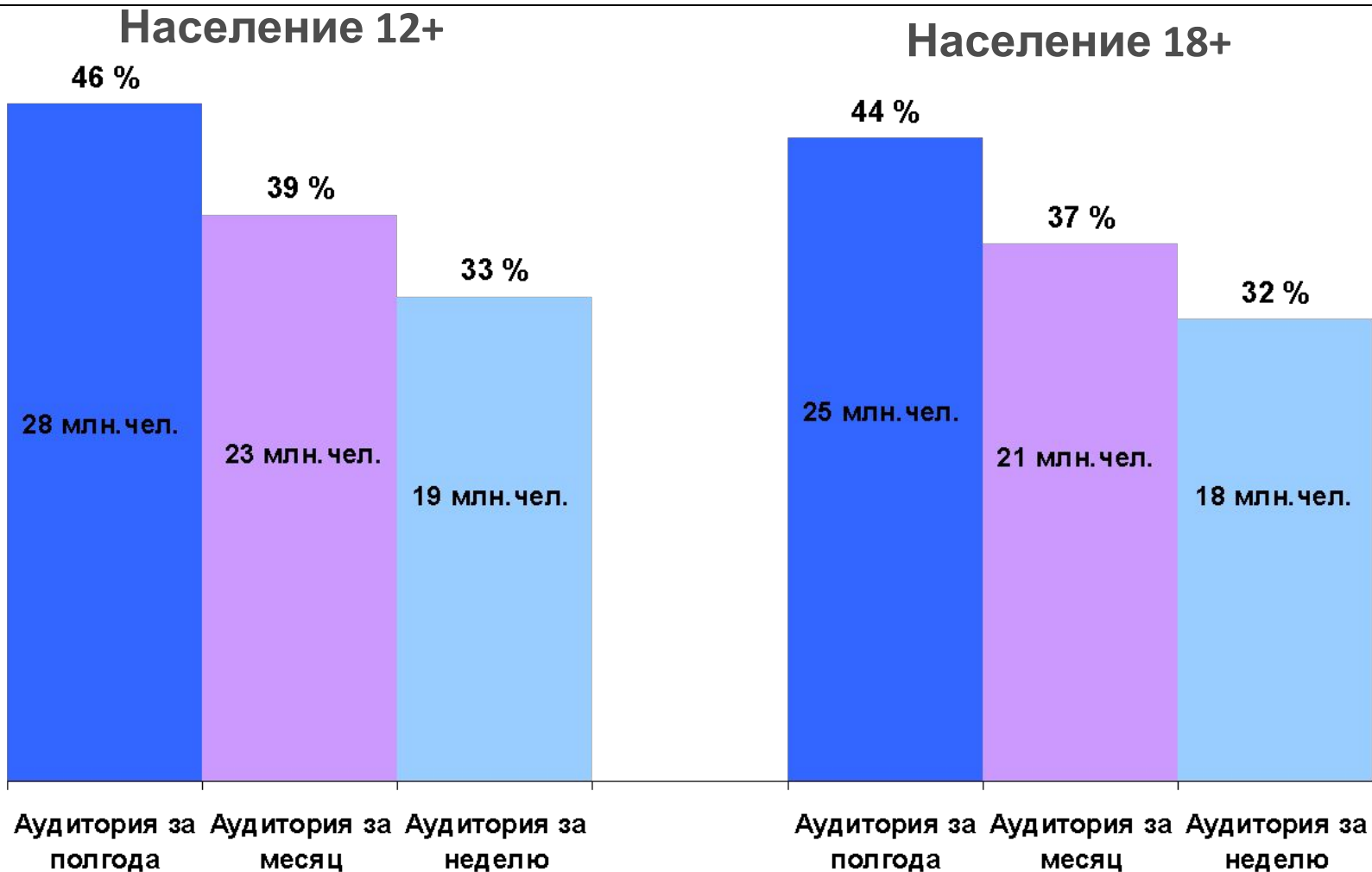
Аудитория за месяц (Россия, 18+)



Ежемесячная аудитория интернета в Москве (Население 12+)



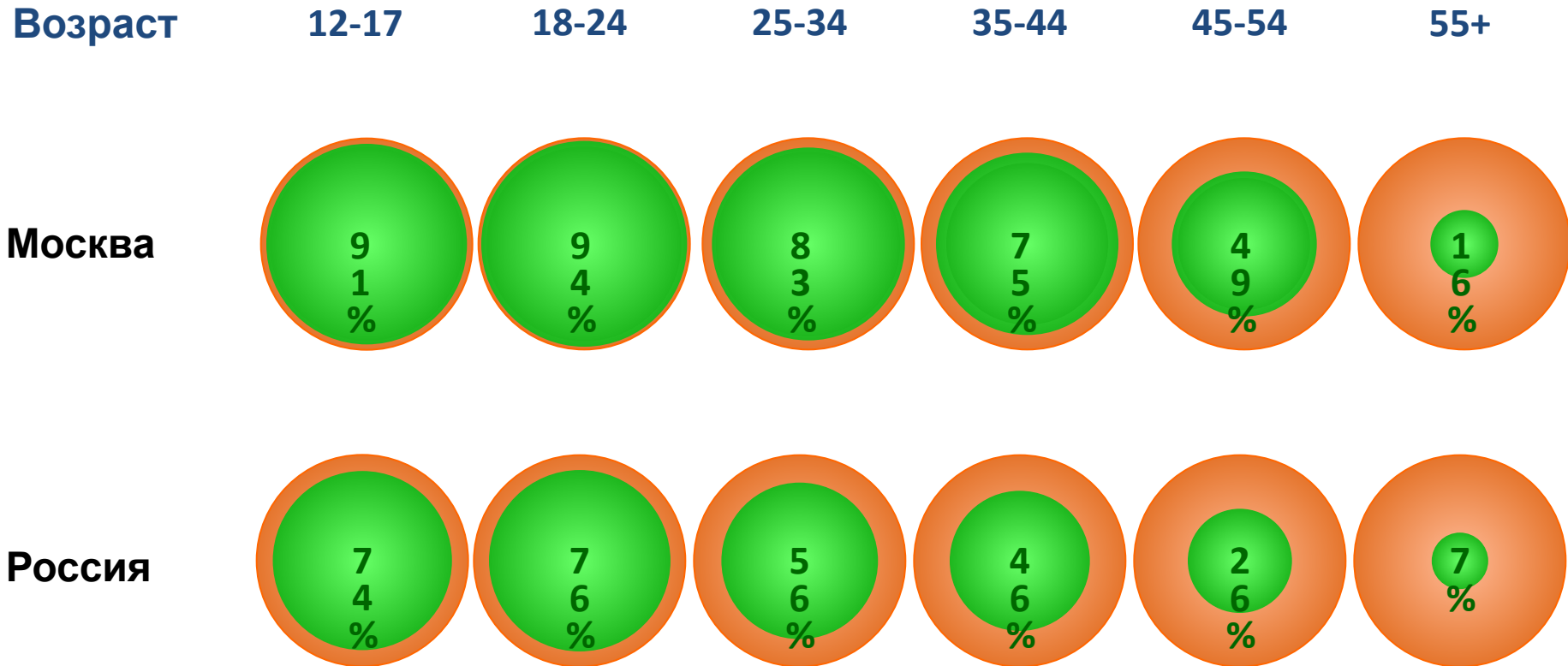
Аудитория Интернета в России, города 100,000+ (Сентябрь 2008 г.; % от населения в соотв. возрасте и млн. чел.)



По данным панельного исследования TNS Web Media Index



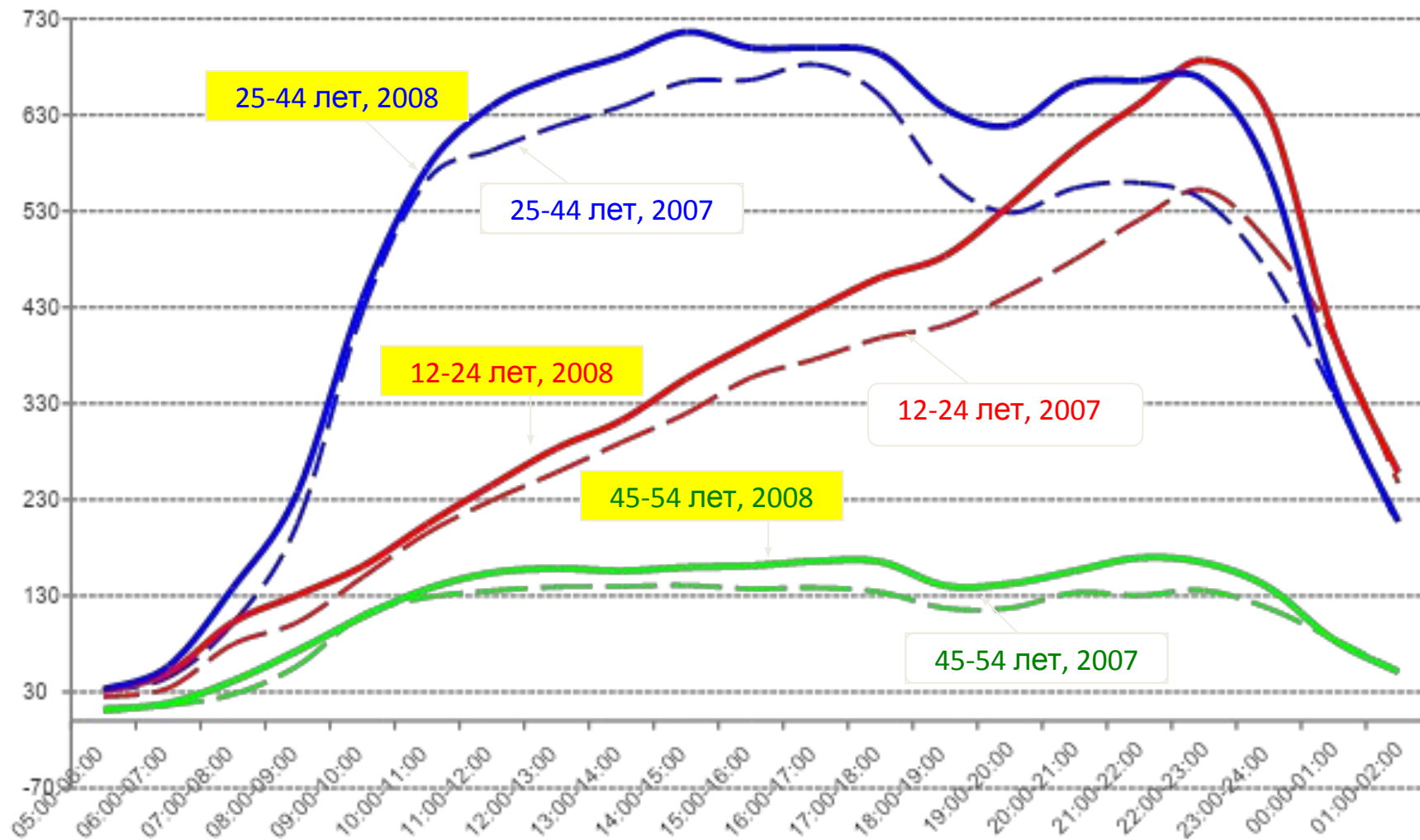
Доля пользователей среди людей разных поколений



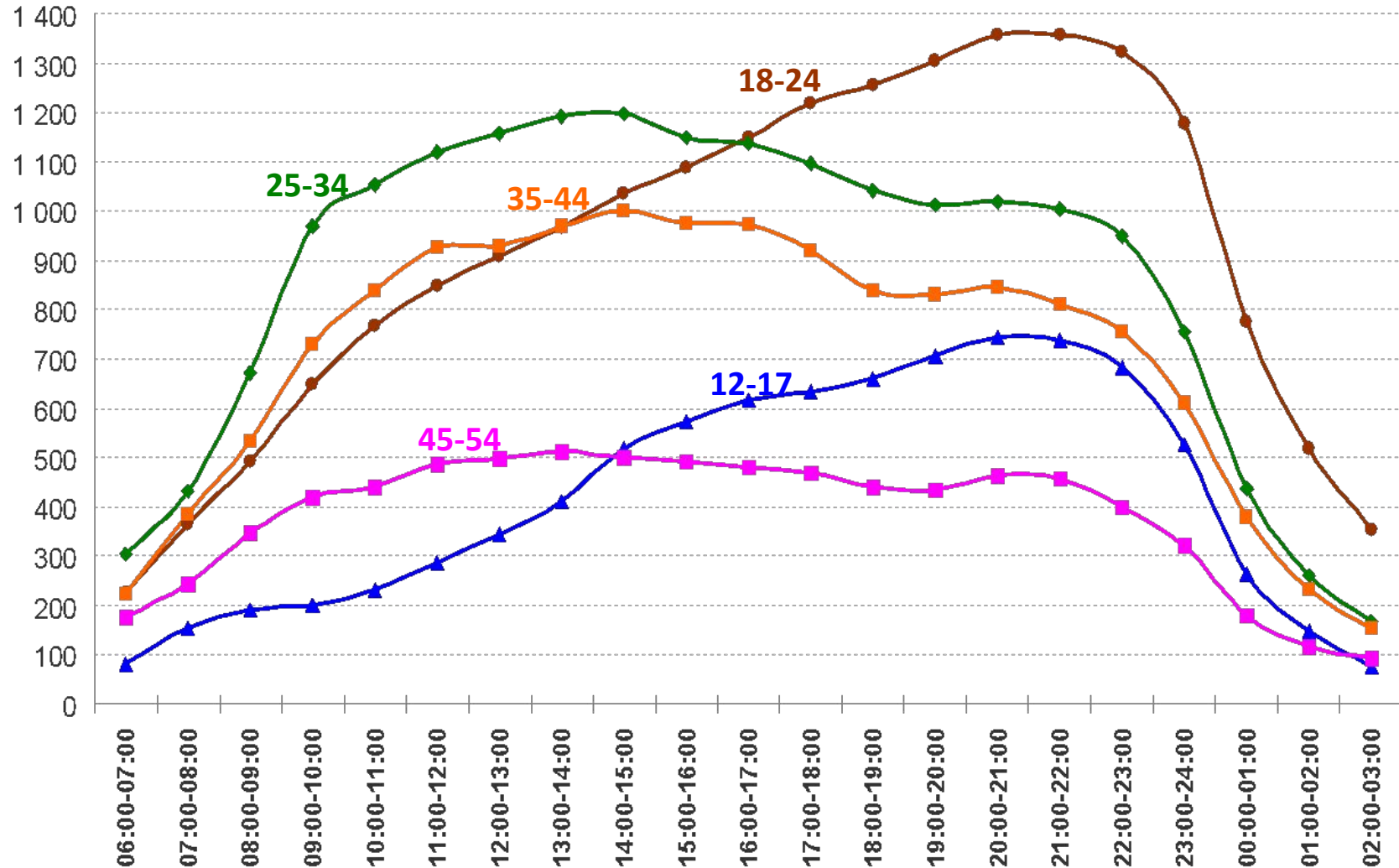
Все люди этого возраста = 100%

Интернет-пользователи этого возраста

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



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

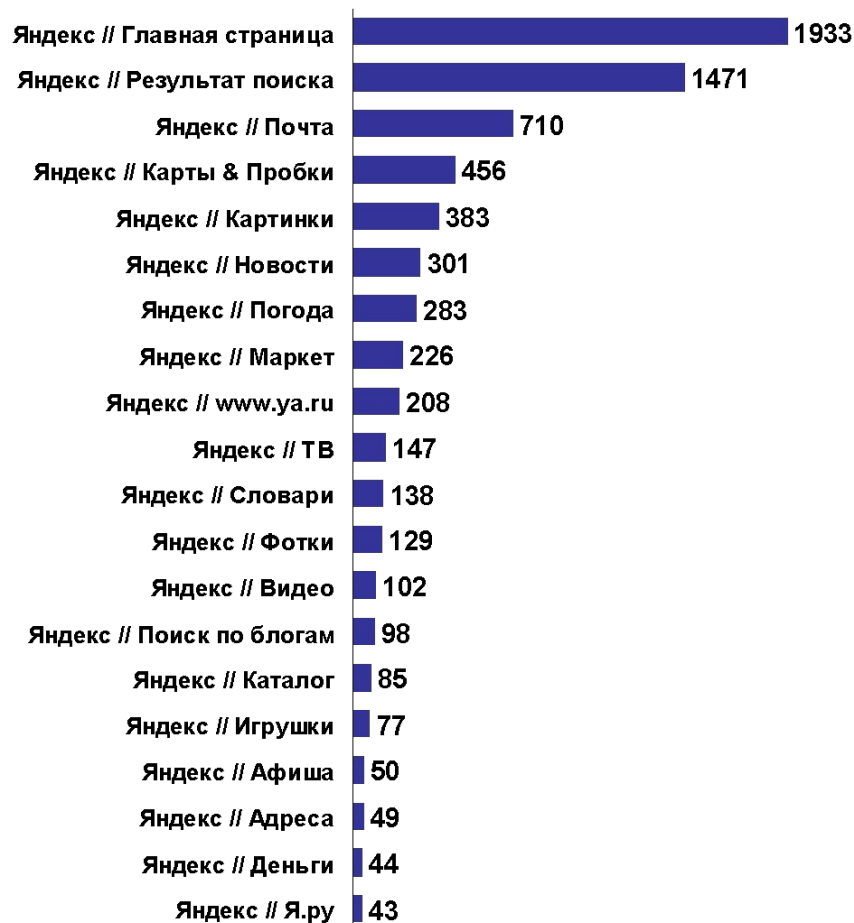


Проекты Яндекса vs. пресса в Москве

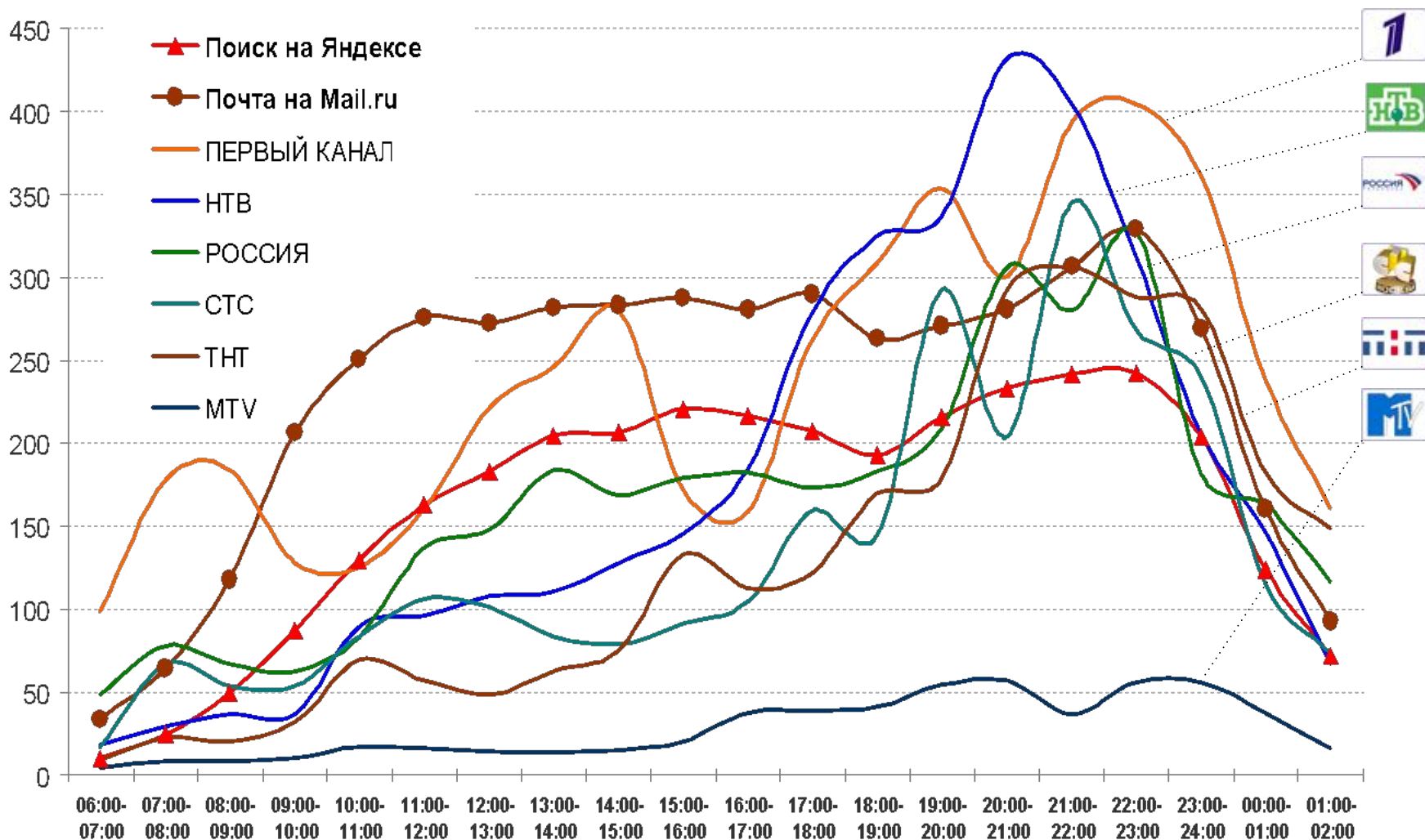
Аудитория газет в Москве
возраст 16-54



Аудитория проектов Яндекс в Москве
возраст 16-54



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



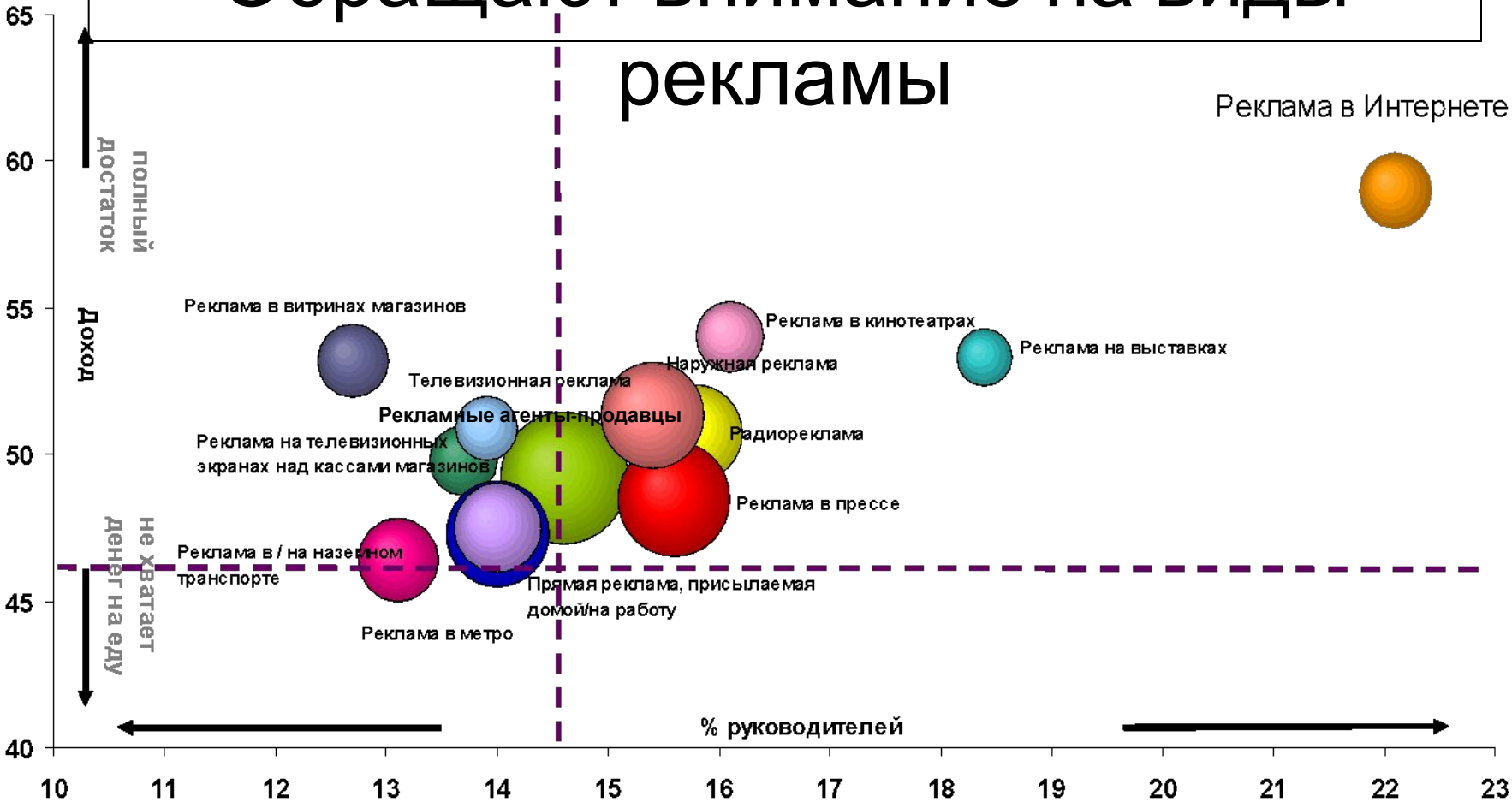
Активность телезрителей и пользователей интернет

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



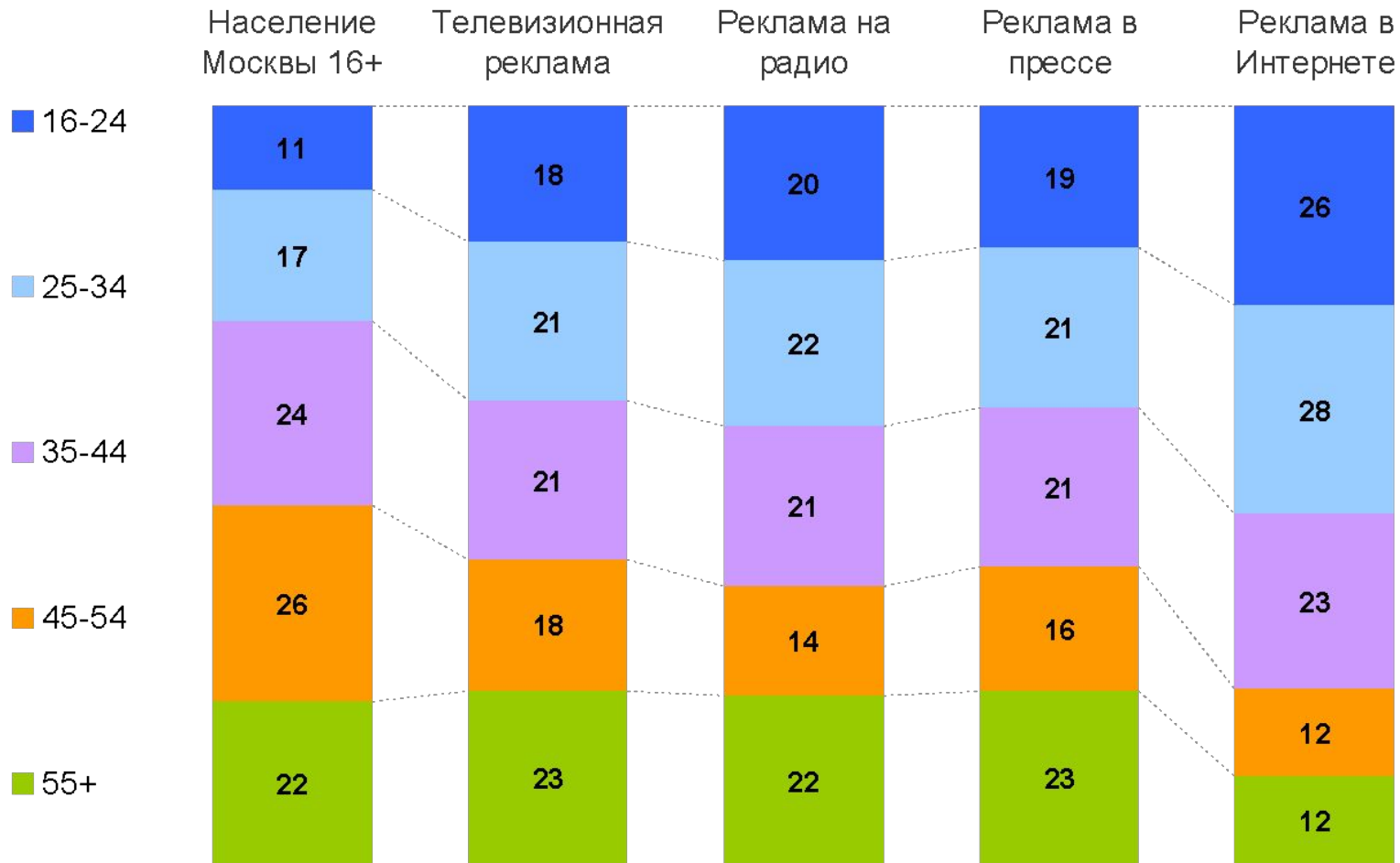
Обращают внимание на виды

рекламы

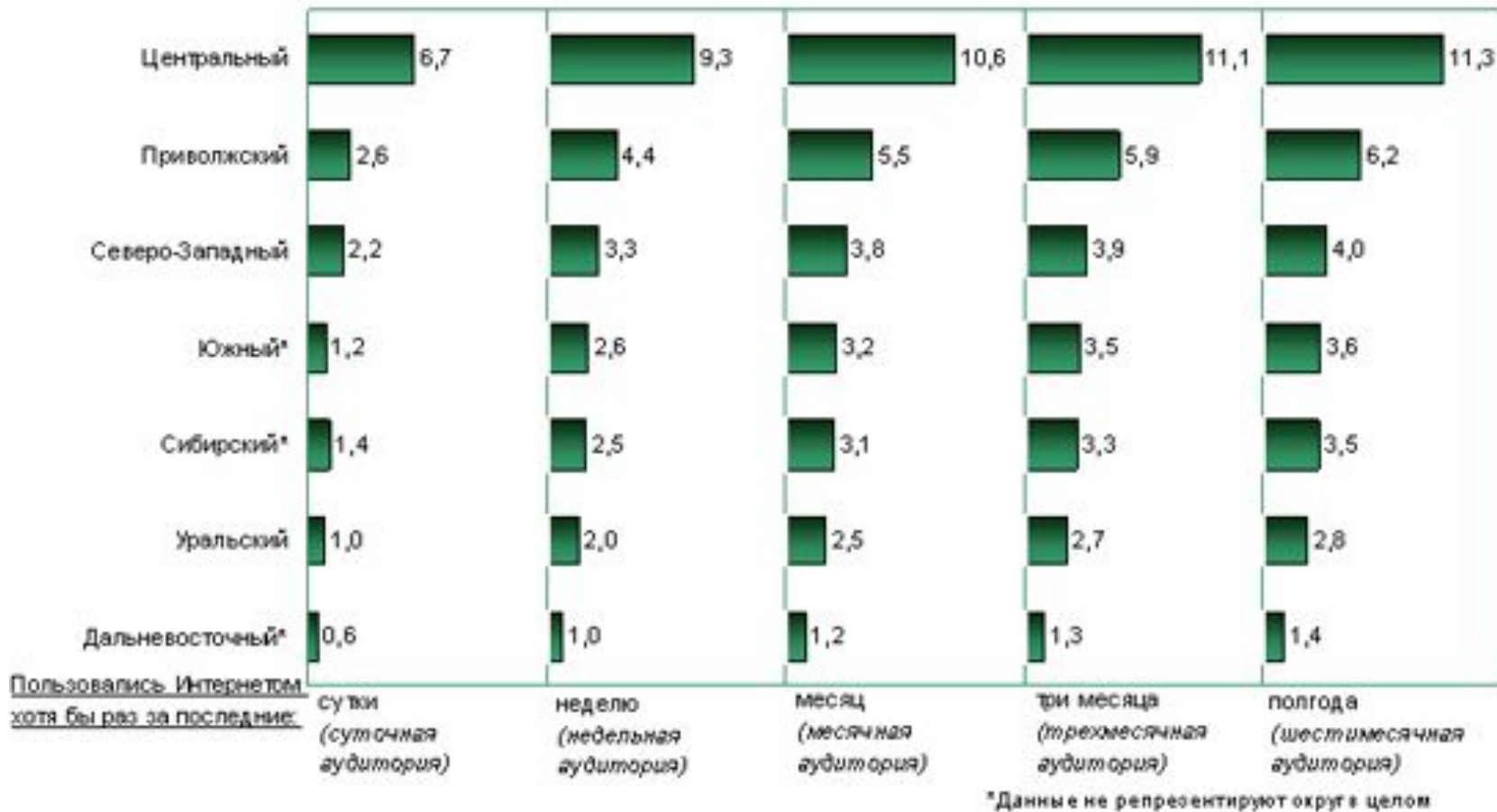


● Площадь кругов пропорциональна потребителям соответствующих типов рекламы
 - - - Пунктирной линией показаны значения для населения в целом

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