

Виды мобильной рекламы



Контекстная мобильная реклама

1. Yandex Direct;
2. Google Adwords;
3. Rambler Begun.



Особенности

1. Пользователи мобильного интернета удовлетворяют сиюминутный спрос на товары и услуги.
2. Большинство запросов в мобильном интернете привязаны к конкретной точке или месте на карте (пользователи ищут не абстрактный ресторан, а ближайший к их месторасположению).
3. Запросы в мобильном контексте очень короткие. Это объясняется неудобством ввода информации на телефонах.

Плюсы:

1. Релевантность (пользователь видит то, что ему интересно).
2. Ненавязчивость.

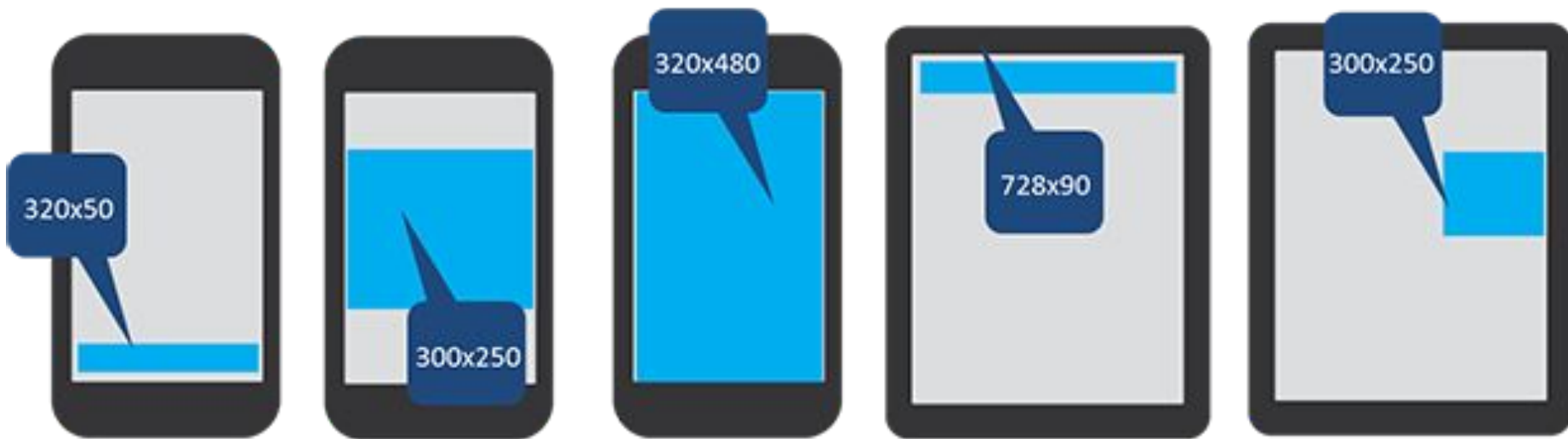
Минусы:

1. Я их не нашел.

Медийная мобильная реклама

Местами размещения медийной мобильной рекламы могут быть:

1. Мобильные версии сайтов;
2. Приложения.



Плюсы и минусы

Плюсы:

1. Широкий охват. Ваш рекламный блок могут увидеть от 2,5 до 40 млн. пользователей мобильных устройств в месяц.
2. Низкая цена.

Минусы:

1. Риск. Связан с показом рекламы на большую аудиторию. Да, цены в мире мобильной медийной рекламы пока низкие, но без тестового периода добиться эффективности практически невозможно. А тестовые периоды могут длиться несколько месяцев, что съедает рекламные бюджеты.

Нативная реклама

Предоставляет разработчикам возможность легко интегрировать рекламные блоки с контентом своих приложений. Обычно это происходит через размещение иконок и краткого описания рекламируемого приложения, не нарушая зону пользовательского комфорта. Нативная реклама продается сегодня



Плюсы и минусы

Плюсы:

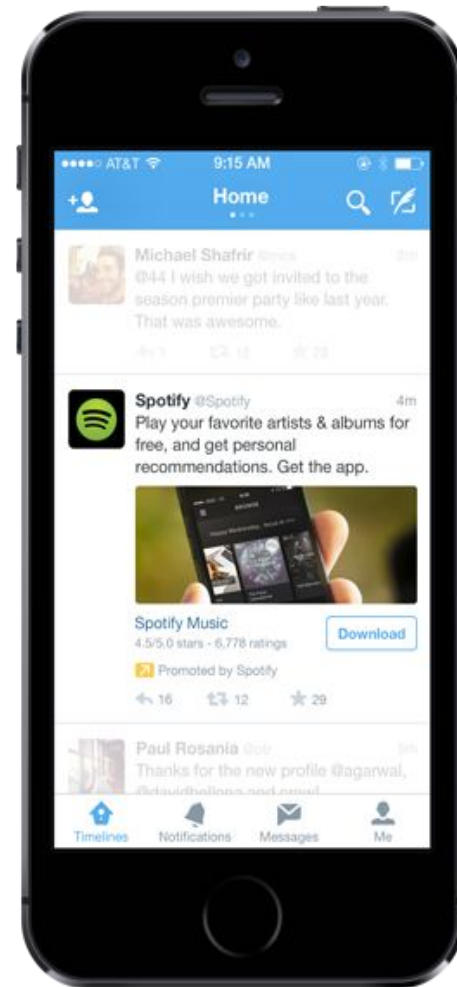
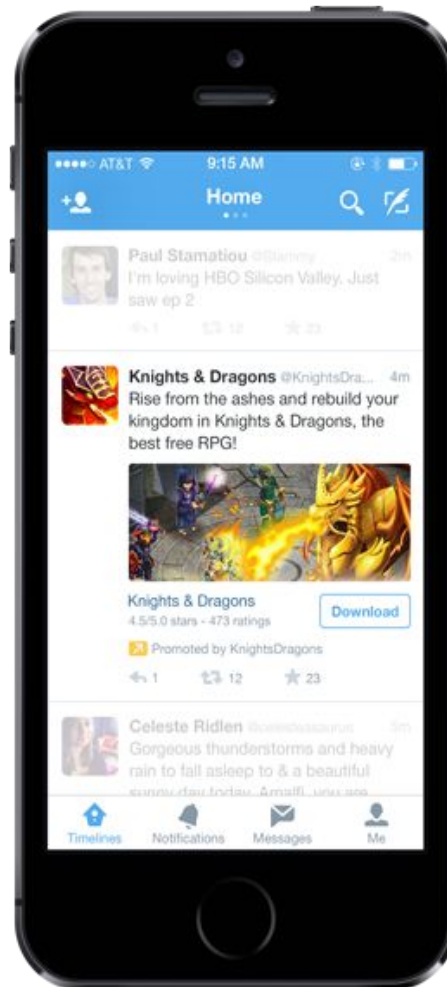
1. Размещения и сроки рекламных кампаний контролируются разработчиком приложения.
2. Нативная реклама предоставляет разработчикам полный контроль над всеми креативами рекламных кампаний.

Минусы:

1. Минусом мог бы стать небольшой охват аудитории, но сегодня нативная реклама может размещаться не только в разработанных вами приложениях, но и на некоторых сайтах.

Twitter

Рекламная сеть позволяет публиковать рекламные твиты со ссылками на мобильные приложения. Базой для этой технологии стала крупная мобильная рекламная сеть MoPub, купленная Twitter. Благодаря ей рекламу можно показывать не только пользователям социальной сети, но и пользователям всех ресурсов, входящих в MoPub.



Плюсы и минусы

Плюсы:

1. Внешний вид объявлений в Twitter не сможет заставить пользователей врасплох, так как формат мобильного объявления напоминает классический формат спонсорского твита.

Минусы:

1. Таргетирование на целевую аудиторию может быть затруднено, учитывая поведение пользователей. Как правило, любители коротких сообщений не вносят свои персональные данные и вся социально-демографическая информация о пользователях собирается из их твиттов.

Дополнения

- К мобильной рекламе также относятся смс рассылки.
- Особенностью мобильной рекламы является возможность сильно сегментировать аудиторию(в гугл эдвордс можно настроить таргетинг на устройства с полнофункциональным браузером, конкретным оператором и конкретной операционкой)

Данные за 2013 г.

Есть ли у вашего сайта мобильная версия?



По данным Top.Mail.Ru

Рейтинг Mail.Ru (top.mail.ru) — бесплатный сервис Mail.Ru Group, предназначенный для сбора статистики посещений WWW-ресурсов и организации рейтинга этих ресурсов

Нет, основной сайт оптимизирован под просмотр с телефона



26%

Нет, мобильная версия не нужна



23%

17%

Да, полноценная



11%

Да, но она намного проще основного сайта



23%

Нет, но планируется

