

Контекстная реклама

Контекстная реклама – тип интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, контекстом интернет-страниц.

Размещается на Яндекс, Google и Рамблер соответственно, а также на сайтах, каждый из которых входит в число партнёров каждой из сетей.

Преимущества

1. Более точное попадание в целевую аудиторию.
2. Лояльное отношение к данному виду рекламы
3. Большой охват аудитории
4. Возможность настройки таргетинга
5. Быстрый старт рекламной кампании
6. Относительно низкие бюджеты и гибкое ценообразование
7. Возможность посчитать эффект от рекламы.
8. Статистика в режиме реального времени
9. Использование механизмов ремаркетинга (ретаргетинга)
10. Улучшение позиций сайта в органической выдаче

Конверсия

Конверсия - одностороннее изменение доходности займов, т. е. объявление государством о снижении для кредиторов доходности по займам, полученным государством.

Поисковая ОПТИМИЗАЦИЯ

Поисковая оптимизация — комплекс мер по внутренней и внешней оптимизации для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определённым запросам пользователей, с целью увеличения сетевого трафика и потенциальных клиентов и последующей монетизации этого трафика.

Яндекс директ & Яндекс маркет. Различия

Яндекс директ- система контекстной рекламы на страницах «Яндекса» и сайтах партнеров Рекламной системы Яндекса.

Яндекс маркет- компания, которая занимается разработкой сервисов в сфере электронной коммерции.

Динамика контекстной рекламы

Прогноз объема рынка облачных услуг в России в 2015-2020 гг., млрд. руб.



Динамика контекстной рекламы за последние 3 года

Пересмотр оценок рынка интернет-рекламы, млрд руб.



Источник: АКАР, ZenithOptimedia, расчеты Газпромбанка