

Медиапланирование в Интернете

Цикл планирования:

1. Сбор данных
2. Определение целей рекламной кампании
3. Выбор каналов (методов) коммуникации
4. Расчёт основных метрик
5. Проведение кампании
6. Анализ результатов

1. Сбор данных

- Сегодняшние продажи
- Ситуация у конкурентов
- Определение или уточнение нашей ЦА

2. Определение целей кампании («брифинг»)

- Исходим из долгосрочной стратегии
- Определяем тактическую цель
- Убеждаемся в её достижимости

3. Выбор каналов (методов) коммуникации

- Контекстная реклама
- Медийная реклама
- SMM
- Тематические площадки
- Рассылки

Медиапланирование в Интернете Выбор каналов / методов

Контекстная реклама

- Текстовая
- Баннерная
- Видео
- Поисковая
- Тематическая

Медиапланирование в Интернете Выбор каналов / методов

Контекстная реклама

The screenshot shows the Yandex Wordstat interface. The search query is "школа экстремального вождения". The main results table shows 2,509 monthly views for the exact phrase. Below this, a list of related search terms is provided with their respective monthly view counts. A secondary table on the right is partially visible, showing similar search queries.

Яндекс
подбор слов

https://wordstat.yandex.ru/#!/?words=школа экстремального вождения

Директ Справочник Метрика Рекламная сеть Маркет Баян Деньги ещё

школа экстремального вождения Подобрать

По словам По регионам История запросов Все регионы

Все Десктопы Мобильные Только телефоны Только планшеты Последнее обновление: 11.09.2018

Что искали со словом «школа экстремального вождения» — 2 509 показов в месяц

Статистика по словам	Показов в месяц?
школа экстремального вождения	2 509
школа экстремального вождения москва	337
школа экстремального вождения спб	165
школа экстремального вождения цены	65
школа экстремального вождения bmw	60
школа экстремального вождения екатеринбург	57
школа экстремального вождения бмв	54
школа экстремального вождения нижний новгород	52
школа экстремального вождения нижний новгород	49
школа экстремального вождения ростов	40
школа экстремального вождения краснодар	40

Запросы, похожие на «школа экстремального вождения»

Статистика по словам	Показов в месяц?
----------------------	------------------

Медиапланирование в Интернете Выбор каналов / методов

Медийная реклама (Yandex)

Все цены

Баннер на Главной странице












[Полные условия по продукту](#)

Название пакета	Формат рекламных материалов: баннер (пикселей)	Количество показов (тыс.)	CPM (руб.)	Стоимость размещения (руб.)	Продолжительность размещения	Размещение	Сезонный коэффициент
Динамика	728×90	От 15 000	180	От 2 700 000	1 неделя	Динамическое размещение	да
Динамика	728×90 с раскрывающимся блоком от 640×360 до 1200×675	От 15 000	270	От 4 050 000	1 неделя	Динамическое размещение	да

Медиапланирование в Интернете Выбор каналов / методов

Определение целей кампании (Facebook)

Укажите цель продвижения [Помощь: выбор цели](#)

Узнаваемость	Лиды	Конверсия
 Узнаваемость бренда	 Трафик	 Конверсии
 Охват	<input checked="" type="checkbox"/> Вовлеченность	 Продажи товаров из каталога
	 Установки приложения	 Посещения точек
	 Просмотры видео 	
	 Генерация лидов	
	 Сообщения	

4. Расчёт основных метрик

- ROMM – Return Of Marketing Margin
- CPT, Cost per Thousand
- CPC, Cost per Click
- CTR, click-through rate
- CR, конверсия
- CPL, Cost Per Lead
- CoVA, Cost of Visitor Acquisition
- CoLA, Cost of Lead Acquisition
- CoCA, Cost of Customer Acquisition

Медиапланирование в Интернете Основные метрики

ROMM – Return Of Marketing Margin

**ROMM = (Прибыль от реализации
продукции после рекламы / затраты на
рекламу) x 100%.**

Медиапланирование в Интернете Основные метрики

CPT, Cost per Thousand

**CPT = Затраты на рекламу / число
контактов в тысячах**

Медиапланирование в Интернете Основные метрики

CPC, Cost per Click

**CPC = Затраты на рекламу / количество
кликов**

CoVA, Cost of Visitor Acquisition

**CoVA = Затраты на рекламу / количество
посетителей**

Медиапланирование в Интернете Основные метрики

CTR, click-through rate

**CTR = количество показов / количество
КЛИКОВ**

Медиапланирование в Интернете Основные метрики

CR, конверсия

**CR = количество посетителей / количество
ЛИДОВ**

Медиапланирование в Интернете Основные метрики

CPL, Cost Per Lead

CPL = Затраты на рекламу / количество

ЛИДОВ

CoLA, Cost of Lead Acquisition

CoLA = Затраты на рекламу / количество

ЛИДОВ

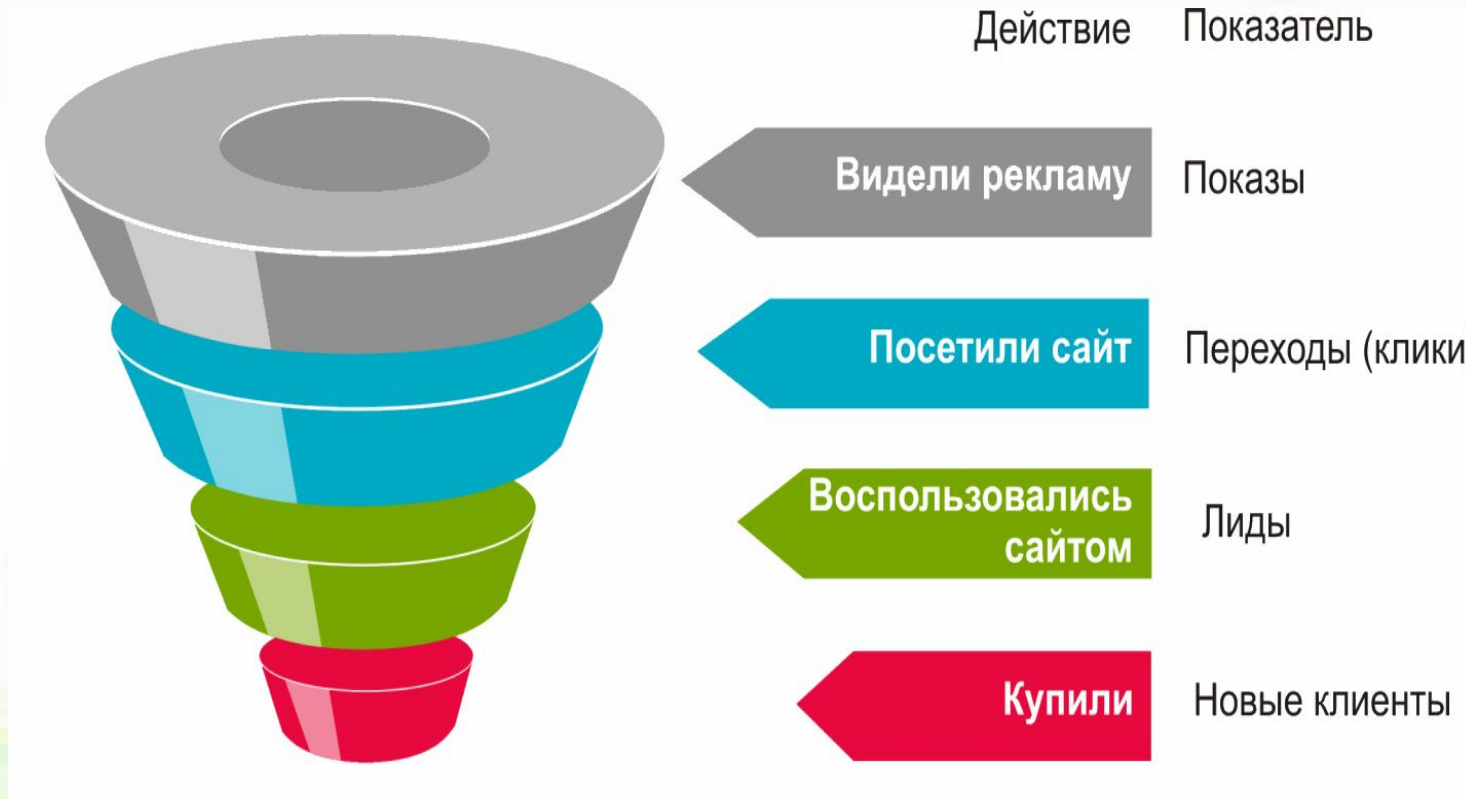
Медиапланирование в Интернете Основные метрики

CoCA, Cost of Customer Acquisition

**CoCA = Затраты на рекламу / количество
НОВЫХ КЛИЕНТОВ**

Медиапланирование в Интернете

Воронка продаж



Медиапланирование в Интернете

Воронка продаж

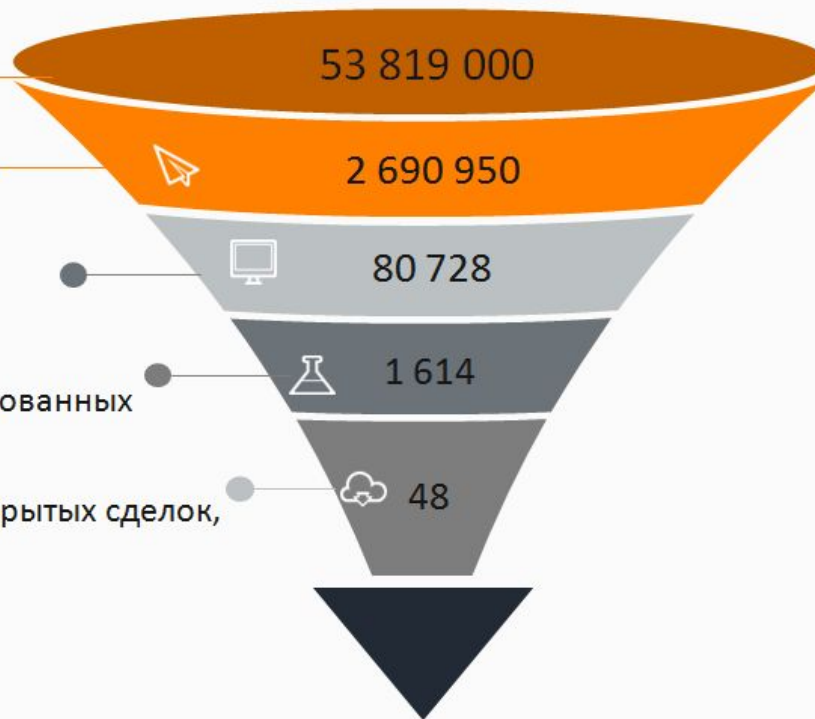
М и Ж в возрасте от 18
до 45, чел.

Количество просмотров,
чел.

Количество заходов на
сайт, чел.

Количество заинтересованных
клиентов, чел.

Количество закрытых сделок,
чел.



CoCA = 2 318 000 руб. / 48 кл. = 48 292 рубля.

Users

[пользователи
]

Pageviews

[Просмотры страниц]

Bounce Rate

[Показатель отказов]

Sessions

[сеансы, визиты]

НРТО

[Homepage Takeover]

Impressions

[показы рекламы]

CPD

[Cost Per Day]

Engagement

[вовлечённость]

Preroll

RTB-блоки

[Real Time Bidding]

Отрисовк и

Что ещё

почитать?

<https://support.google.com/analytics>