

Российский государственный гуманитарный университет
Гуманитарный колледж

НАТИВНАЯ РЕКЛАМА

Преподаватель
Галкина И.А.

Что такое нативна я реклама ?

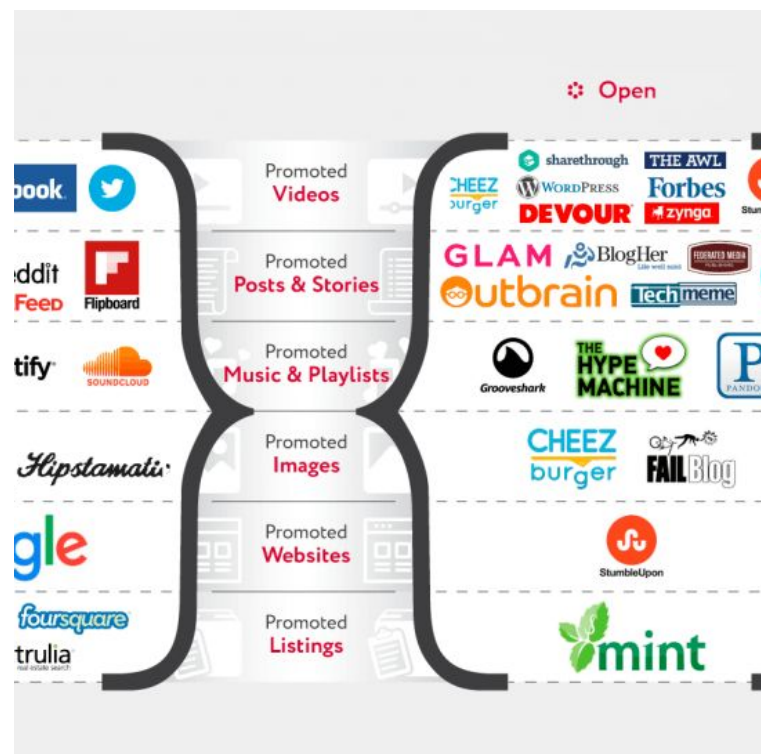
- **Нативная реклама** (от англ. native advertising) – это «естественная» реклама: она приобретает форму и характеристики той платформы, на которой размещается.
- Она не похожа на обычную рекламу, поэтому, по идее, не должна вызывать чувство отторжения у читателей, а также помогает избежать явления баннерной слепоты.
- **Сила нативной рекламы – в ее способности к мимикрии.**
- Маскируется под любой вид публицистики:
- Экспертиза
- Свидетельство
- Редакционная статья
- Отзывы дикторов
- Видеоролики
- Посты в соцсетях и др.

Особенности

- Главная **цель** – предоставить пользователю действительно качественную и полезную информацию и не мешать ему проводить время в Интернете так, как он хочет.
- О чем помнить:
- Выбор платформы во многом определяет то, будет ли принята статья читателями.
- должна содержать крайне интересную и полезную информацию, в ней нет места длинным хвалебным песням вашей компании и ее услугам.
- имеет смысловую связь с брендом, издателем или читателем, у нее намного больше шансов понравиться пользователям, а также оказать положительное влияние на развитие компании.
- Может мимикрировать под любой жанр

Платформы нативной рекламы

- могут быть открытыми или закрытыми – от этого зависит способ продвижения контента.
- на открытых платформах контент продвигается вместе с площадкой, при ее содействии, и больше нигде не публикуется. Примеры: продвигаемые твиты в Twitter, спонсируемые истории на Facebook, объявления TrueView и другие виды видеорекламы на YouTube.
- Открытые площадки отличаются тем, что в тех же самых соцмедиа и на тех же платформах размещается брендированный контент и рекламные сообщения, источником которых выступает не площадка, а сторонний ресурс, с которого и транслируется реклама.



Российские платформы нативной рекламы

Условно делят на две группы:

- платформы контентных рекомендаций;
- рекламные сети, созданные для продвижения маркетингового контента.

Основные игроки:

- [SlickJump](#) – рекламная сеть для продвижения брендированных статей на крупнейших контентных площадках;
- [Relap](#) – рекомендует контент и рекламу на топовых медиаплощадках Рунета;
- [Nextclick](#) – работает по аналогичному Relap принципу;
- [Buzzoola](#) – платформа для размещения нативной рекламы, работающая с форматами native video, engage roll и mobile;
- [Plista](#) – только выходит на рекламный рынок, также является платформой контентных рекомендаций.

БАННЕРНАЯ И НАТИВНАЯ РЕКЛАМА

- Баннерная реклама по-прежнему один из лидеров рекламных онлайн-коммуникаций между брендом и потребителем. Давайте сравним эффективность традиционной баннерной и нативной рекламы.
- Эффективность разных форматов в первую очередь зависит от задач: контекст больше подходит для продаж и лидогенерации, видео – для максимального охвата, контент-маркетинг – для имиджа.
- С точки зрения монетизации для издательств самыми эффективными форматами являются посты в блогах (58%), статьи (56%) и видео (53%), для брендов и агентств – видео (68% и 50%), блоги (54% и 42%) и статьи (59% и 43% соответственно)

Пример: «Медуза», Спецпроект «Обставь»

КВАРТИРА

СПЕЦПРОЕКТ

Обставь квартиру Совместная игра «Медузы» и The Furnish

Meduza © 17:48, 29 октября 2015



Считается, что в России почти нет красивой мебели — это неправда. Есть — и купить ее можно в интернете. «Медуза» вместе с магазином The Furnish предлагает ответить на пару простых вопросов и посмотреть, какая мебель больше всего подходит вам. И заказать ее в интернет-магазине красивой мебели The Furnish.

ИГРА «МЕДУЗЫ» И THE FURNISH

Обставь квартиру

Правила игры простые: выбирайте, что вам больше нравится

НАЧАТЬ ИГРУ

Facebook 24 | VK 148 | Odnoklassniki | Twitter | Telegram | Email: Напишите нам

Французский шик

Французский шик — это когда очень вычурно. И очень дорого

OBSTAVЬ KВАPТИPУ. ИГPА «МЕДУЗЫ» И THE FURNISH



Куда мне до нее! Она была в Париже. Французы знают толк в красоте

ФРАНЦУЗСКИЙ ШИК

Не могу это скрывать!



Самая подходящая мебель



Деревянная консоль Montpellier США

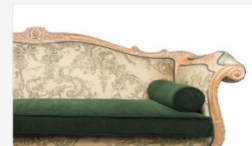


Мягкое кресло «Континьяк» Китай

1 Лаконично или вычурно?



лаконично



вычурно

2 Классика или современность?



до -20% НА КОВРЫ

г. Москва Доставка Контакты Гарантии Furnish Помощь

8 800 555 4894 sales@thefurnish.ru

FURNISH

ХАРАКТЕР ВАШЕГО ДОМА

Вход 0 Поиск по товарам

НОВИНКИ КОМНАТЫ МЕБЕЛЬ МЯГКАЯ МЕБЕЛЬ СВЕТ ЗЕРКАЛА & ДЕКОР НАША МАРКА ПОСУДА ВСЬ КАТАЛОГ SALE

Рим, Венеция, Палермо? Итальянский Sale -20% на зеркала -20% на ковры Все акции

Главная / Коллекции / Рабочий настрой

ВСЬ КАТАЛОГ МЕБЕЛЬ

ДАЧА И САД СВЕТ ДЕКОР КАМИНЫ, ПОРТАЛЫ И ОЧАГИ

КОЛЛЕКЦИЯ РАБОЧИЙ НАСТРОЙ

Сортировать: по умолчанию

Фильтры: Цены Стилы Цвета Спецпредложения Материалы Бренды Страна

Доставим завтра SALE Новинки Под заказ Рекомендовано дизайнерами В наличии

БЕСТСЕЛЛЕРЫ МЕСЯЦА

ХИТ ХИТ ХИТ

ПРИМЕР: ПРЕПАРАТ «ДИБИКОР» И SLICKJUMP

Чтобы обеспечить необходимое количество прочтений информационной статьи, через сеть SlickJump была запущена рекламная кампания, привлекающая на ресурс аудиторию с других тематических сайтов. В результате время просмотра статьи составило 3,2 мин.

Безопасно снизить холестерин поможет лекарственный препарат Дибикор, разработанный российскими учеными на основе естественного для организма вещества - таурина. Прием Дибикора способствует снижению уровня "плохого" и повышению уровня "хорошего", защитного холестерина.

Пациентам с сахарным диабетом Дибикор поможет не только снизить холестерин в крови, но и лучше контролировать уровень сахара. Принимается Дибикор по 500 мг 2 раза в день, длительно. Препарат практически не имеет побочных эффектов и противопоказаний, отпускается из аптек без рецепта.

Возможны противопоказания, необходима консультация специалиста.

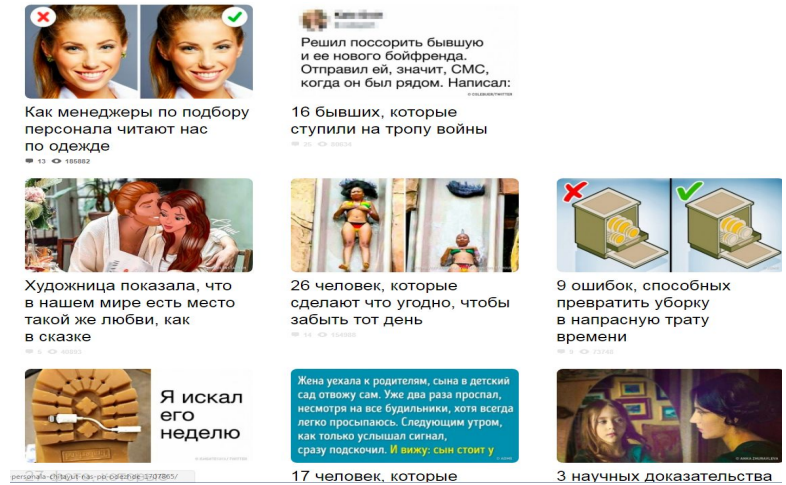
Регистрационный номер: P N001698/01 (250 мг), ЛП-000264 (500 мг)

Twitter Recommend 1 Опубликовать

The screenshot shows the MEDdaily website interface. At the top, there's a navigation bar with the date '4 МАРТА 2018', a search bar, and a dropdown menu for 'Выберите тему'. Below the navigation bar, there are two main sections: 'КОММЕНТАРИИ ВРАЧА' and 'НОВОСТИ'. The 'КОММЕНТАРИИ ВРАЧА' section features a comment by Marina Kolesnichenko about 3D-technology in medicine. The 'НОВОСТИ' section displays a news article titled 'Высокий холестерин и диабет: "Несладкая парочка"' dated 16 сентября 2015. The article text discusses the relationship between high cholesterol and diabetes, mentioning that high cholesterol can be a cause of cardiovascular diseases and that diabetes is often associated with high cholesterol. It also notes that cholesterol is essential for the body but can be harmful in excess. The article is accompanied by a photo of a smiling couple. At the bottom of the page, there is a section titled 'ИЗБРАННОЕ' with a sub-heading 'Лекарство против самой' and an image of various nuts and seeds.

ПРОДВИЖЕНИЕ КОНТЕНТА ЗА СЧЕТ РЕКОМЕНДАЦИЙ

- Перед AdMe стояла задача – повысить релевантность контента, рекомендуемого вокруг основной статьи, которую решили за счет интеграции с сервисом Relap. В виджете пользователю показывается персонально подобранный контент, в результате он не уходит с сайта, переходит на рекомендованную статью и читает дальше. В результате – повышение кликабельности блока «Читать также» на 33% без каких-либо серьёзных технических затрат со стороны издания.



Как менеджеры по подбору персонала читают нас по одежде

Подписаться на AdMe

Поделиться в Facebook

Рассказать ВКонтакте

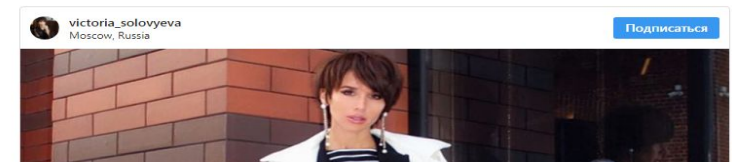
Менеджеру по подбору персонала достаточно взгляда, чтобы считать степень нашей надежности, компетентности, сделать выводы о наших притязаниях и социальном статусе. Директор консалтинговой фирмы из Техаса Шерри Майсонейв [говорит](#), что первое впечатление на интервью значит очень много, оно складывается менее чем за 30 секунд и полностью основано на нашей одежде. Именно поэтому важно выбирать одежду для интервью осознанно, чтобы не сойти с дистанции еще до того, как начнется собеседование.

AdMe.ru выделил 5 признаков в нашем образе, на основании которых менеджеры по подбору персонала делают вывод о том, впишемся ли мы в корпоративную среду, и которые несут зашифрованную информацию об уровне нашего профессионализма.

1. О чем рассказывают цвета нашего гардероба

С помощью цвета одежды можно оказывать желаемое [влияние на людей](#). Линда Голдман, консультант по бизнес-коммуникациям и этикету, [подчеркивает](#): независимо от того, осознаем мы это или нет, цвета, которые мы выбираем для нашего делового наряда, посылают сообщение окружающим.

Поэтому к выбору цвета одежды для собеседования необходимо относиться с большим вниманием.



ПРИМЕР: СВЯЗЬ С БРЕНДОМ

- [«11 невозможно крутых фактов о ваших глазах, о которых вы не знали»](https://www.buzzfeed.com/). - статья, опубликованная на BuzzFeed (<https://www.buzzfeed.com/>) и спонсированная компанией ACUVUE, –
- Контент был релевантен бренду (компания продает контактные линзы), к тому же, перечисленные факты на самом деле интересны и достойны внимания. Читатели не были удивлены, обнаружив среди спонсоров статьи ACUVUE, но их приятно поразило то, что их заинтересовал материал, опубликованный этой компанией.

следованиям, определенные
сделать вас более привлекате



ПРИМЕРЫ

- **В рамках продвижения третьего сезона сериала «Карточный домик»**, американская компания-поставщик сериалов Netflix обратилась с задачей в креативную команду The Atlantic. Итогом стала статья-репортаж о взаимоотношениях, целях и партнерстве президентов США и их жён. Под нее был создан отдельный сайт
- <http://www.theatlantic.com/sponsored/house-of-cards/the-ascent/271/>
- **СПЕЦПРОЕКТ «МОЯ ПЕРВАЯ РАБОТА В VERTEX UNITED»**, Компания VERTEX UNITED И Журнал «ФОКУС»
Задача рекламной кампании – познакомить широкую аудиторию с деятельностью компании Vertex United, рассказать о ней в позитивном ключе, привлечь молодые кадры. Для её решения совместно с журналом «Фокус» был запущен проект «Моя первая работа в Vertex United». В его рамках студенты боролись за право пройти оплачиваемые стажировки в активах компании. В результате было получено 527 заявок на вакансии, состоялось 29 млн контактов с ЦА, количество уникальных посетителей страницы проекта составило 30 тыс.
- ВИДЕО «DEAR KITTEN» , компания PURINA И BUZZFEED. Серия трогательных роликов о котятках BuzzFeed . Взрослый кот рассказывает маленькому котёнку, как устроена жизнь в доме, где он теперь живёт. В конце хозяйка открывает баночку с кормом Frieskies. На момент выхода этой статьи видео набрало 24 567 330 просмотров.

<https://www.youtube.com/watch?v=G4Sn91t1V4g>

