

Маркетинг. Вводная

Что такое реклама?

- Реклама – это оплаченная форма неличного продвижения идей, товаров, услуг от имени какой-либо компании.
- Сарафанное радио и рекомендации — это не реклама.
- Главная цель рекламы — увеличение объема реализации товаров и услуг.



Виды и цели реклам

Имиджевая реклама

- Цель: лояльность к компании, стимул для покупателя сделать выбор в пользу бренда среди других.
- Имиджевая реклама направлена на формирование устойчивого имиджа в сознании потребителя.



Продуктовая реклама

- Цель: лояльность к определенному продукту бренда, стимулирование покупателя совершить покупку конкретного товара среди аналогичных.
- Продуктовая реклама направлена на продажу продукта, часто при помощи демонстрации его преимуществ или акционных предложений.



Торговая реклама

- Цель: лояльность к месту покупки, стимулирование покупателя совершить покупку товара или услуги в конкретном магазине.
- Продуктовая реклама направлена на формирование желания купить в определенном месте, часто используется сформированный имидж бренда- или товара-амбассадора.



	Имиджевая	Продуктовая реклама	Торговая реклама
Что продвигает	Торговую марку/бренд	Продукт или категорию в целом	Конкретного продавца (компанию)
Что делает	Формирует отношение	Информирует	Определяет место покупки
Цель Рекламы	Сформировать лояльное отношение к бренду	Проинформировать о выходе какого-то нового продукта/ новых преимуществах прежнего или об акции, стимулирующей продажи	Помочь клиенту определить место покупки
Чем оперирует	Атрибутами торговой марки	Характеристиками продукта	Условиями покупки в конкретном месте (магазине/компании)
Якори в рекламном сообщении	Яркие образы, удерживающие внимание целевой аудитории.	Яркие образы, концентрация рекламы на преимуществах и ценностях предлагаемых продуктов	Четкие торговые предложения – стоимость, место продаж, конкретная выгода. Работает как ценник: «приходи покупай сейчас»
Целевая аудитория	Потенциально могла бы купить	Могла бы купить	Покупает сейчас
Критерии эффективности рекламы	Запоминание рекламируемой идеи, марки или бренда, принятие предлагаемых ценностей	Запоминание рекламируемых продуктов и их качеств, увеличение объема продаж	Увеличение объема продаж

Телевидение

«+»

- Одновременное визуальное, звуковое и эмоциональное воздействие
- Высокая вовлеченность телезрителя
- Большой выбор тематических программ и каналов для выбора ЦА
- Низкая стоимость одного рекламного контакта из-за большого охвата

«-»

- Требуется большой бюджет
- Высокая стоимость изготовления качественного ТВ ролика
- Снижение степени доверия к ТВ
- Перераспределение внимания между экранами (планшет, смартфон, ПК)



Радио

«+»

- Акустическое воздействие — особенно важно для оперативного привлечения в точки продаж
- Возможность контакта с мобильной аудиторией

«-»

- Нет визуального контакта
- Большой рекламный шум и низкое внимание к рекламе, как следствие, быстрая забываемость
- Возрастающее количество станций — слушатели (ЦА) распределены по многим радиостанциям
- Плохо работает для рекламы сложных продуктов



Печатные издания

«+»

- Зрительный контакт
- Помогает объяснить сложный продукт

«-»

- На протяжении последних 9 лет постоянно теряет аудиторию — печатные СМИ переходят в online
- Фальсифицирует реальные тиражи



Наружка

«+»

- Воздействует на широкую аудиторию
- Большая частота контактов

«-»

- Большой рекламный шум, на преодоление которого потребуется большой бюджет
- Хорошие места выкуплены на год (несколько) вперед
- Длительность контакта 2-3 секунды => рекламное сообщение должно быть кратким и неперегруженным информацией

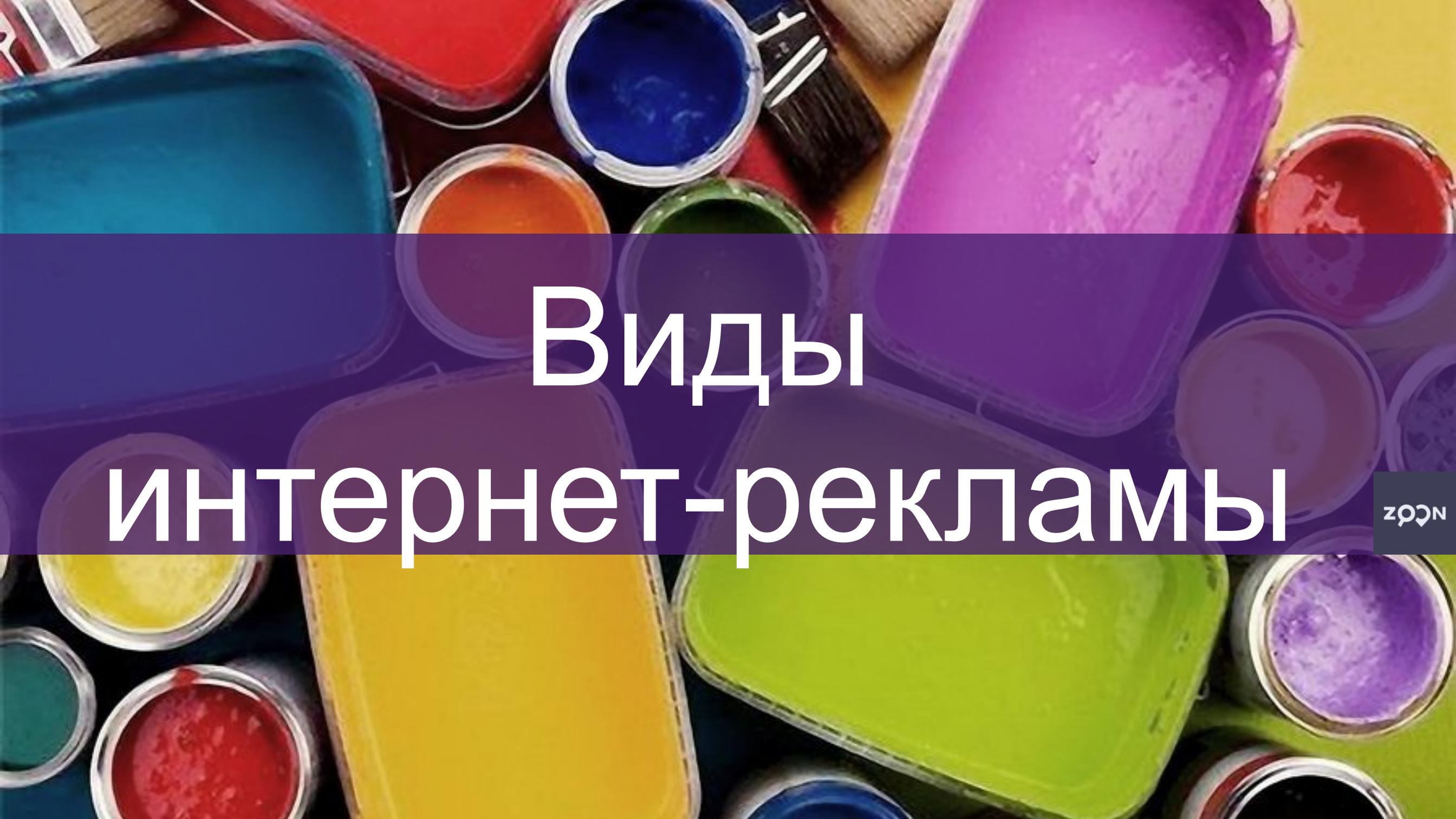


Интернет-реклама

«+»

- Быстрый результат
- Более точные данные по сравнению с оффлайном
- Прогнозируемость результатов
- Не обязательно требует больших бюджетов, гибкая система ценообразования
- По стоимости одного привлеченного клиента в целом дешевле, чем другие виды рекламы
- Потенциальная возможность настройки платы именно за конечный результат, необходимой рекламодателю (оплата за приведенного клиента, за звонки, за бронь и т.д.)
- Возможность поймать пользователя на финальной точке воронки продаж





Виды интернет-рекламы

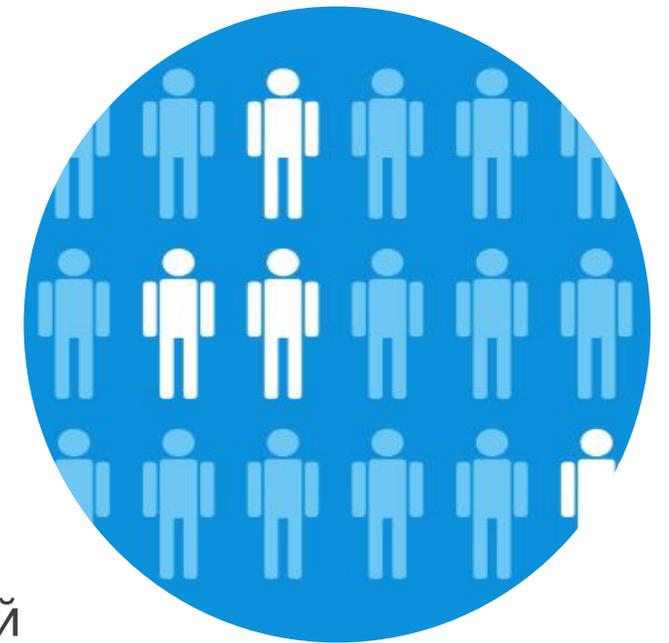
Термины интернет-маркетинга

Поисковые запросы — фразы/запросы, по которым в интернет-ресурсах производят поиск информации, продукта, страницы и т.д.

Ключевые слова — это слова, словосочетания, которые определяют содержание конкретной страницы, а также составляют поисковой запрос, который вводит пользователь в поисковой системе

Трафик — это поток посетителей на сайт, или простыми словами посещаемость.

Тáргетинг (англ. target — цель) — рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (целевую аудиторию), и показать рекламу именно ей





Термины интернет-маркетинга

Охват — количество потенциальных потребителей, которые проконтактировали с рекламой.

Частота контакта — количество контактов одного потребителя с рекламой.

РК — рекламная кампания.

РД — рекламодаделец.

Конверсия — это всегда % соотношение меньшего к большему. Т.е. как одна величина конвертируется в другую. Например, конверсия из показов баннера в клики. Или конверсия из кликов в звонки.

Клики - нажатие интернет-пользователем на баннер, либо любой другой рекламный носитель, с целью перейти на рекламируемый ресурс.

Лид - это пользователь, который внес свои контактные данные для получения информации от рекламодавателя.

Медийная интернет-реклама

Медийная реклама — вид рекламы, ориентированный на зрелищное восприятие аудиторией. Она может включать текст, логотип компании, фотографии и другие изображения, указывать местоположение на карте и т.п.

Медийная реклама в интернете имеет множество форм:

- традиционные баннеры,
- мобильная баннерная реклама,
- тизеры,
- видео,
- блоки в e-mail рассылках,
- брендинг сайтов, спецпроекты и т.д.



Контекстная реклама

Контекстная реклама — Контэ́кстная рекла́ма — тип интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, контекстом интернет-страницы (лат. contextus — соединение, связь).

Для определения соответствия рекламного материала странице интернет-сайта обычно используется принцип **ключевых слов**.

Почти все поисковые машины в сети Интернет используют системы контекстной рекламы для получения прибыли (например, рекламные сети Яндекс.Директ и Google AdWords).

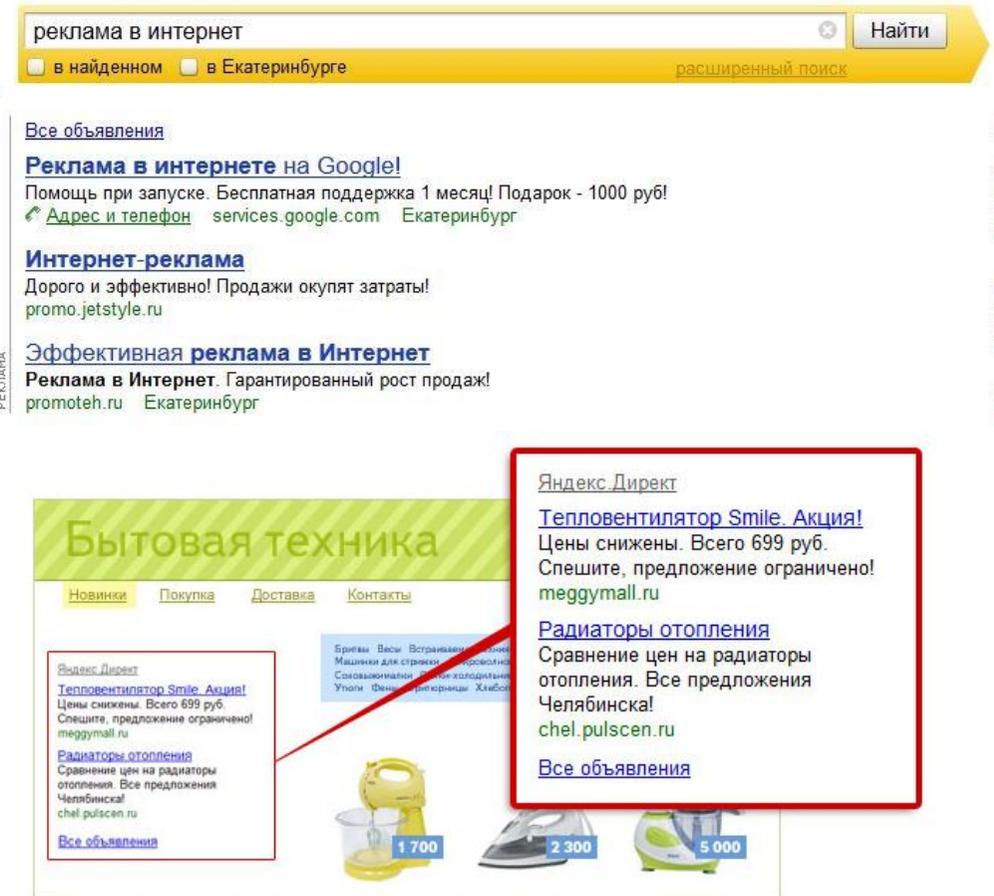


Типы контекстной рекламы

Поисковая реклама — демонстрируется среди результатов поиска (в том числе по отдельному сайту). Ориентация тематики происходит по характеру поискового запроса, заданного пользователем.

Тематическая реклама — демонстрируется на страницах сайтов и в мобильных приложениях, входящих в рекламную сеть. Рекламные блоки являются дополнением к содержанию страниц. Тематика зависит от тематики сайта или ориентируется на ранее проявленный пользователем интерес.

Ремаркетинг — функция, позволяющая обращаться к пользователям, которые раньше уже заходили на ваш сайт. Ваши объявления могут показываться при посещении ими других веб-сайтов в контекстно-медийной сети.



Контекст в поисковиках

1-е спецразмещение

Спецразмещение

1-ое место

Гарантированные показы

Yandex search results for 'кондиционер'. The first result is a sponsored placement from 'Пластиковые Окна' with a green checkmark. Below it are organic search results. A red bracket on the left groups the first result as '1-е спецразмещение' and the first organic result as '1-ое место'. A red bracket at the bottom groups the first organic result as 'Гарантированные показы'.

Google search results for 'кондиционер'. The first result is a sponsored placement from 'Vasko.ru' with a red border. To its right is another sponsored placement from '4mart.ru'. Below these are organic search results, including a Wikipedia entry and a 'Климатком' advertisement. At the bottom, there is a 'Картинки' section with a grid of images. A red bracket on the right groups the sponsored placements and the 'Климатком' ad as '1-ое место'.

Эффективность контекста

- Контекстные объявления несут в себе полезную для пользователя информацию
- **24% кликов** приходится на рекламные объявления в выдаче поисковых систем
- Можно «поймать» клиента на этапе готовности к покупке
- Настройка РК и возможность оплаты только за те клики, которые дают наибольшую конверсию в покупку, окупая затраты
- Возможность точно рассчитать экономическую эффективность для интернет-магазинов и онлайн-сервисов



...есть НО

- «Иммунитет» на рекламные объявления у пользователя
- Одним объявлением в выдаче возможность охватить не более **6% аудитории**
- Отдельные затраты на специалиста, который будет настраивать РК и отслеживать эффективность, на сами клики, на колл-трекинг (недешевое удовольствие, требует вложений)
- Сложно отследить доходимость клиентов в офлайн-сегменте



Органическая выдача

Яндекс

Нашлось 10 млн ответов

как раскрутить сайт

в найденном в Москве

расширенный поиск

Найти

KtoNaNovenkogo.ru

в яндексе в гугле

Контекстная реклама

Органическая выдача

1 **Оптимизация, продвижение и раскрутка сайта самостоятельно - Raskruty.ru**
 Инструменты Счетчик ТИЦ и PR Ключевые слова Раскрутка
 Как раскрутить сайт? Многие начинающие оптимизаторы, создав и разместив страницу в сети, задаются вопросом: "Как раскрутить сайт?".
 raskruty.ru

2 **Раскрутка сайта самостоятельно — это реально? | Блог Webeffector**
 Раскрутка сайта самостоятельно, бесплатно и быстро — вполне посильная задача для любого. Вы опросите, ну а как раскрутить свой сайт самостоятельно, если я абсолютно не знаю...
 blog.webeffector.ru > kak-raskrutit-sajt...

3 **Как раскрутить сайт самому и бесплатно | KtoNaNovenkogo.ru - создание...**
 Вопрос «Как раскрутить сайт самому» задают себе практически все начинающие вебмастера, ибо без должной раскрутки и приемлемой посещаемости любой проект обречен на прозябание.
 KtoNaNovenkogo.ru > seo/kak-raskrutit-sajt.html

купить велосипед киев

Поиск Карты Картинки Видео Новости Ещё Инструменты поиска

Результатов: примерно 718 000 (0,37 сек.)

Контекстная реклама

Купить велосипед киев - Большой выбор велосипедов
 Реклама www.veloonline.com/
 Продажа Доставка Гарантия

БОЛЬШОЙ выбор велосипедов - 600 моделей
 Реклама www.veliki.com.ua/
 Выберем вам лучший. Все покупатели остаются довольны!
 Городские - Детские - Горные - Все велосипеды

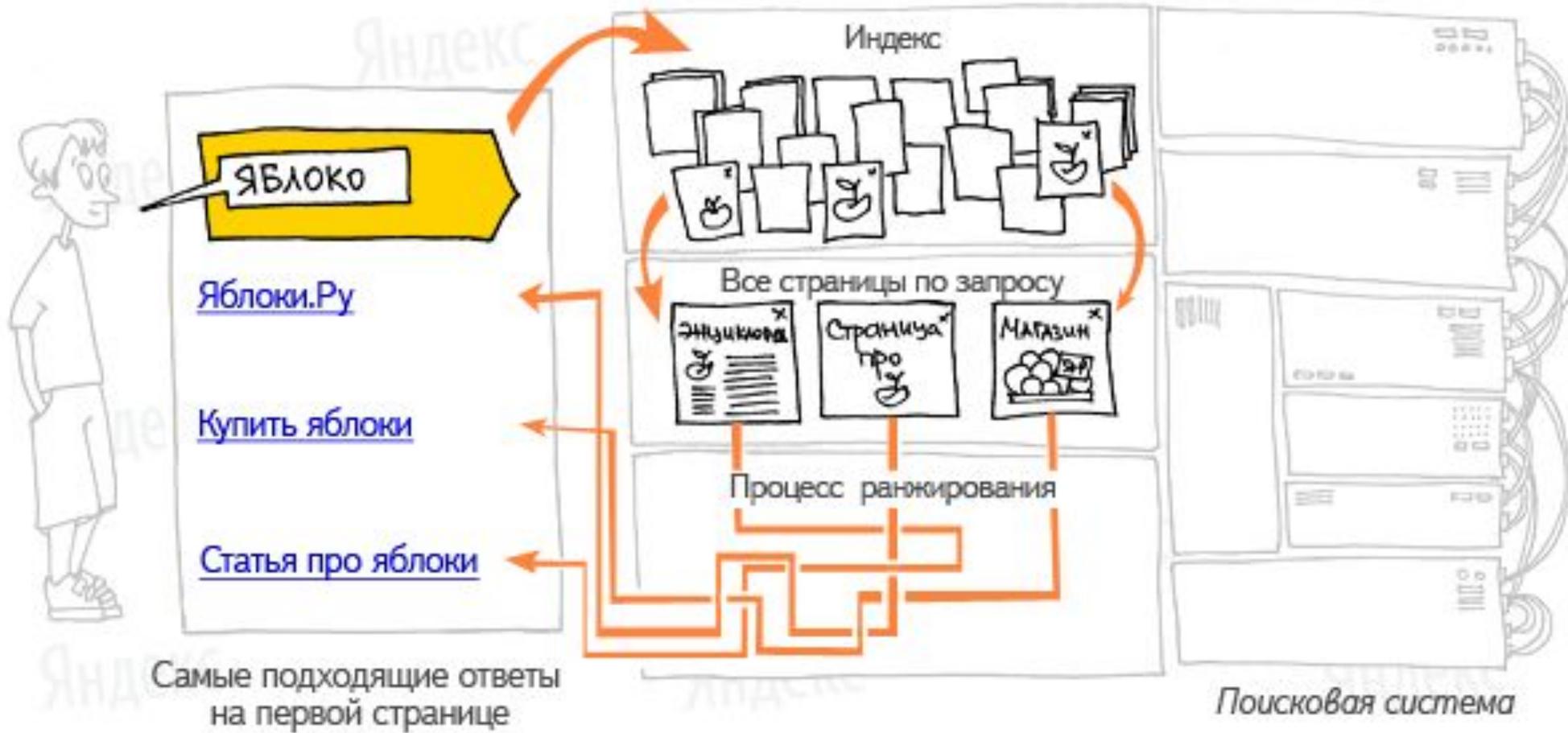
Органическая выдача

Велосипеды Киев: купить велосипед на доске ...
 kiev.ko.olx.ua > Хобби, отдых и спорт > ... > Вело
 Продажа велосипедов Киев. На OLX.ua легко и быстро можно **купить велосипед** или просто узнать цены. Отдыхай активно вместе со OLX Украина, ...

Купить велосипед недорого в Киеве, Харькове. Купить ...
 veloplaneta.com.ua/catalog/bicycles
 Продажа велосипедов: кросс-кантри, шоссе, bmx. Доставка по Украине. Низкие цены.
 Горные велосипеды - Cannondale - Pride - Городские велосипеды

Велосипеды - купить в интернет-магазине > все цены ...
 m.ua/kata/161/
Велосипеды | Magazilla - все интернет-магазины Украины в крупнейшем магазине и купить велосипед в киеве в

Релевантность ...если проще?



SEO

SEO – SearchEngineOptimization – это комплекс мер для повышения позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по заранее отобранным запросам.

Именно поисковое продвижение (поисковая оптимизация сайта) как раз и служит тому, чтобы сайт компании выходил на лучшие места, т.е. в ТОП

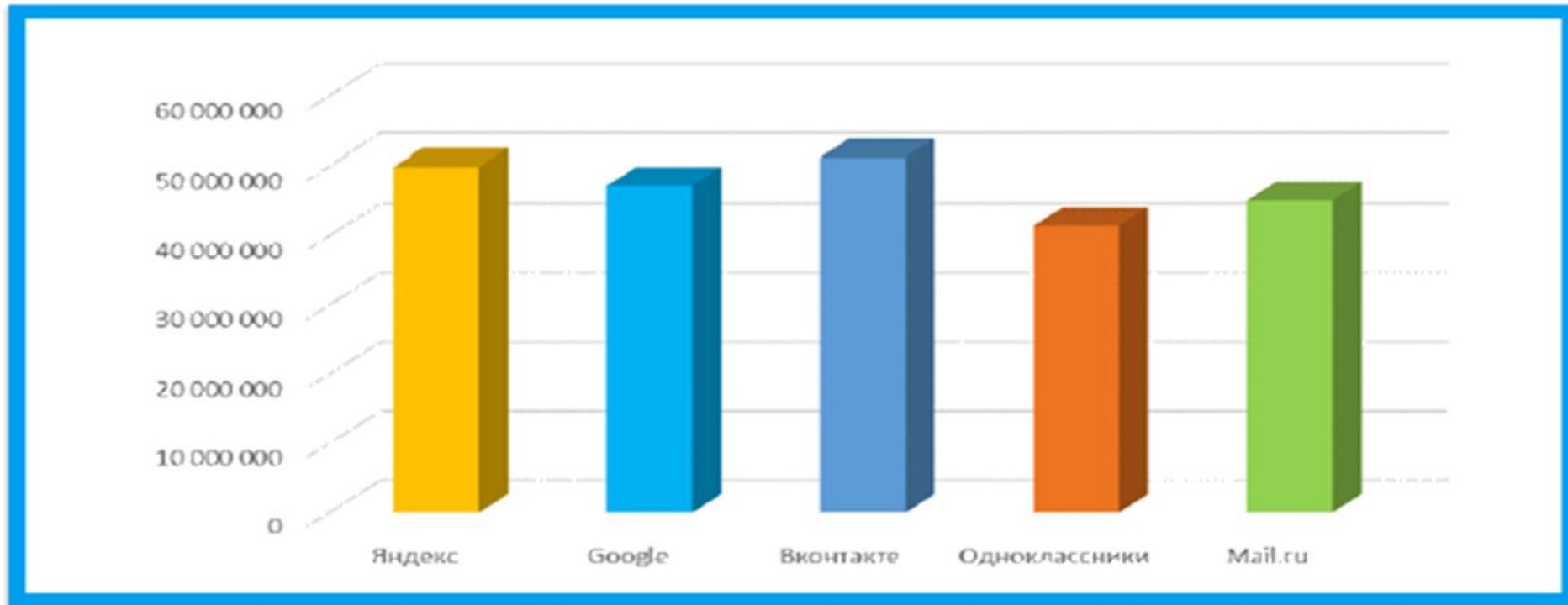


+ и - SEO

- + Пользователь видит «нерекламные» ссылки, поэтому этот вид продвижения самый привлекательный для пользователя
- + 76% кликов приходится на органические ссылки после контекста
- + находясь на первом месте в органике возможность охватить аудиторию **в 30%**
- На то, чтобы продвинуть страницу в ТОП уходит несколько месяцев
- Для хорошего эффекта необходимо быть в топ-5 органической выдачи
- Большие затраты на РК в месяц (для нахождения в ТОП-5 нужен хороший специалист с высокой ЗП)
- Сложно отследить доходимость клиентов в офлайн-сегменте (нужны доп. Инструменты и доп. затраты)



Аудитория соц. сетей



АУДИТОРИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ СРАВНИМА С АУДИТОРИЕЙ ПОИСКОВЫХ СИСТЕМ

Реклама в социальных медиа

**Social
Media
Marketing**





Форматы объявлений

Всегда
Coca-Cola
coca-cola.ru

Coca Cola –
напиток лета

Всегда
Coca-Cola
coca-cola.ru

Всегда
Coca-Cola
видеозапись

**Coca-Cola
Limited edition**
coca-cola.ru

Coca-Cola
В группе 5 друзей

Вступить



Таргетирование

демография

география

образование

интересы

дни рождения

устройства

поведение

путешественники

В контакте

[← Список групп](#)
[люди](#)
[сообщества](#)
[игры](#)
[музыка](#)
[▶ помощь](#)
[выйти](#)

Моя Страница ред.

Мои Друзья

Мои Фотографии

Мои Видеозаписи

Мои Аудиозаписи

Мои Сообщения

Мои Группы

Мои Новости

Мои Ответы

Мои Закладки

Мои Настройки

Приложения

Документы

ама

цы до упаду!
Событие

кная вечеринка
16. Клуб "Пена".

**стесняйтесь
лыбаться!**
teethwhitening.ru

ый месяц скидки
а безопасное
ливание зубов.
Спешите!

противопоказания,
летя консультация
специалиста.

Что это?

Открытая группа

Реклама ВКонтакте

Описание: Таргетированные объявления ВКонтакте – рекламный инструмент для бизнеса любого масштаба.

Вы сможете легко найти среди десятков миллионов пользователей ВКонтакте Ваших потенциальных клиентов.

Веб-сайт: <http://vk.com/ads>

Справка

Обсуждения

36 тем

Последние обновления в системе рекламы
27 мар 2012 | 392 комментария →

Изменения и уточнения в правилах, текущие и предстоящие
16 дек 2011 | 145 комментариев →

СРА-Реклама ВКонтакте: специальные предложения
11 ноя 2011 | 9 комментариев →

Фотографии

В основном альбоме 123 фотографии Все альбомы

71 запись

Реклама ВКонтакте
Обновилась Справка по системе таргетированной рекламы:
http://vk.com/ads?act=office_help

Реклама

Пригласить друзей

Добавить в закладки

Вы состоите в группе.
Рассказать друзьям

Выйти из группы

Участники
103 916 человек

Александра

Татьяна

Anastasia

Svetlana

Оля

Виолетта

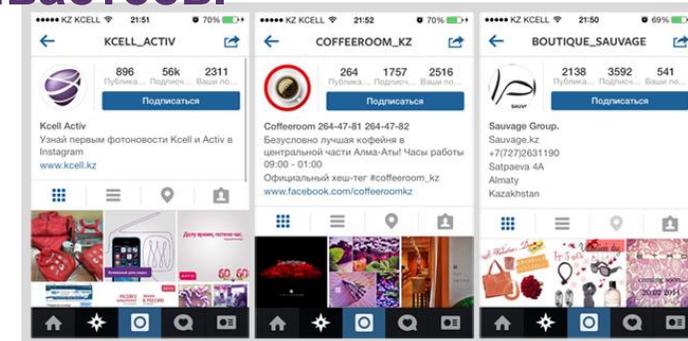
Ссылки
6 ссылок

Авторизованные системы
управления рекламой

Инстаграм



Рекламные объявления в ленте. Ссылки могут вести на сторонние сайты или аккаунты, на которые вы подписываетесь.



Оплаченные рекламные посты в аккаунте, на который вы подписаны.



- + Детальный таргетинг для большого охвата «холодной» ЦА
- + Хороший инструмент для продуктовой и имиджевой РК
- + Нативная и открытая реклама за счет амбассадора отлично стимулирует продажи продукта, особенно в онлайн-формате (доверие выше, чем другим каналам)
- + Запоминаемость бренда, влияние на количество брендовых запросов и большой CTR в контексте и органике
- + Отличный инструмент для стимулирования спроса, формирования потребности, увеличение ключевых запросов в поисковиках

- CTR ниже, чем у контекстных объявлений
- Аудитория не готова к покупке «здесь и сейчас»
- Пользователи редко используют для удовлетворения срочной потребности
- Очень большие затраты на РК за счет амбассадора с большим охватом ЦА
- Сложно отследить доходимость клиентов в офлайн-сегменте (нужны





Google Maps



The image features a dark, textured background with a repeating pattern of light-colored, circular, ring-like structures, possibly representing biological cells or microscopic organisms. A solid purple horizontal band is overlaid across the center of the image, containing white text.

Отстройка от конкурентов



Сравнение с конкурентами

Другие каналы привлечения	Зун
Контекстная реклама	
<p>«Иммунитет» на рекламные объявления у пользователя, CTR около 6%, поэтому одним объявлением в выдаче возможность охватить не более 6% аудитории.</p>	<p>На первую ссылку в выдаче после рекламы кликает 30% пользователей, на вторую 14%, на третью 10%, т.е. Зун собирает самую большую часть аудитории и направляет к Вам.</p>
<p>Ища в поисковике, пользователь хочет сравнить предложения, открывает несколько вкладок, поэтому большой процент уходит с сайта ради сравнения.</p>	<p>На Зун пользователь сразу попадает в выбор, и ищет внутри ресурса, не уходит с портала.</p>
<p>Отдельные затраты на ЗП специалиста, который будет настраивать РК и отслеживать эффективность, на сами клики, на колл-трекинг (все вместе требует больших вложений).</p>	<p>Зун – это комплексное решение: и собирает аудиторию из поисковиков, и настраивает РК, и предоставляет специалиста, и отслеживает записи на услуги, даже собирает обратную связь от пришедших клиентов (мы дешевле).</p>



Сравнение с конкурентами

SEO	
На то, чтобы продвинуть страницу в ТОП уходит несколько месяцев вложений.	С Зун вы охватываете целевую аудиторию с 1 месяца сотрудничества.
Большие затраты на РК в месяц (для нахождения в ТОП-5 нужен хороший специалист с высокой ЗП)	Стоимость размещения в Зун в несколько раз меньше, чем ЗП хорошего SEO-специалиста.
Для отслеживания эффективности необходимо дополнительно выкупать номер, платить за колл-трекинг, прослушивать звонки и т.д. (это тоже дополнительные затраты).	Зун – это комплексное решение: и собирает аудиторию из поисковиков, и настраивает РК, и предоставляет специалиста, и отслеживает записи на услуги, даже собирает обратную связь от пришедших клиентов (мы дешевле).



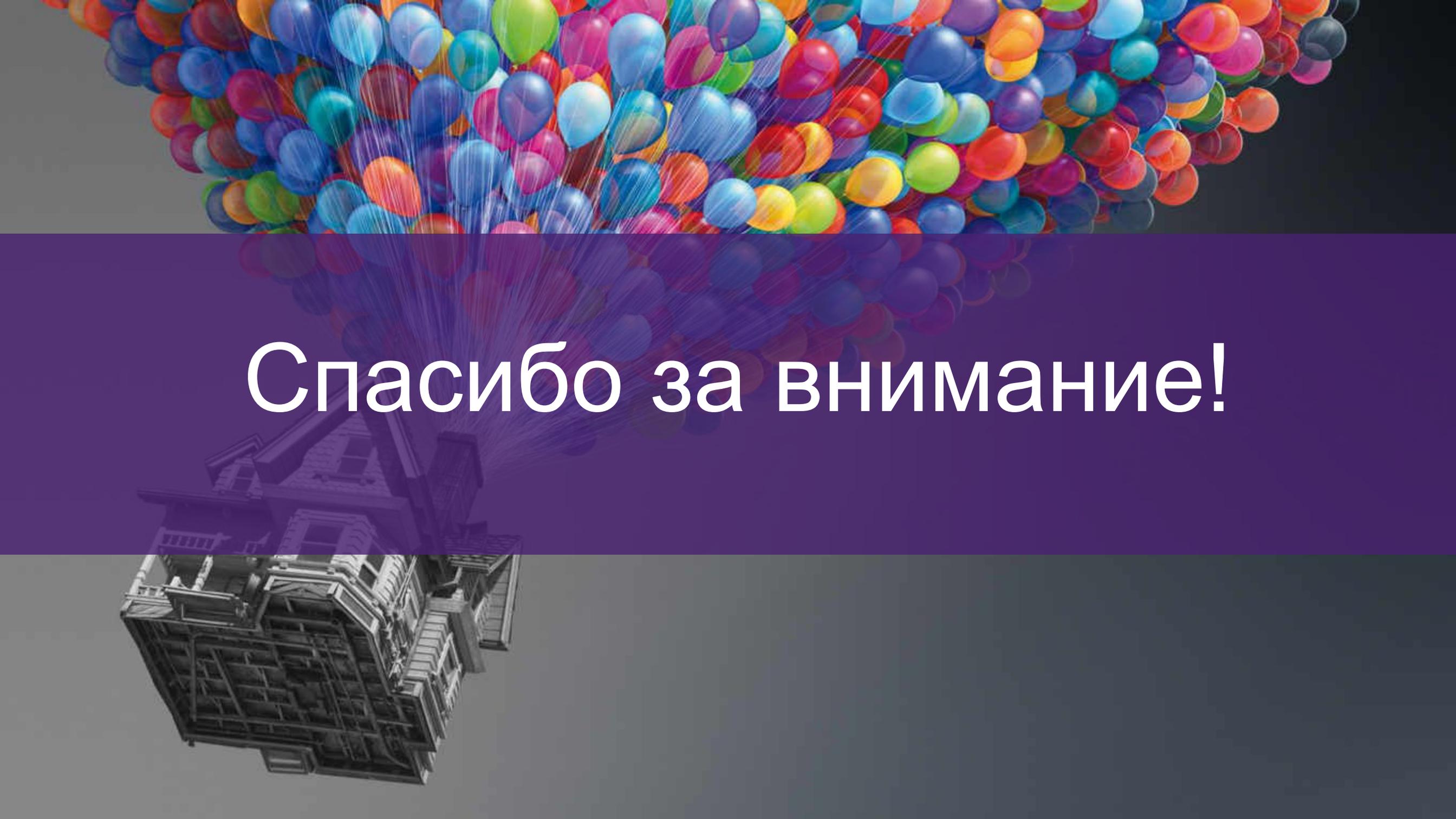
Сравнение с конкурентами

Инстаграм	
В Интаграм аудитория не готова к покупке здесь и сейчас, т.к. находится в стадии «формирования потребности» и просмотра рекламных объявлений и постов «ради интереса».	В Зун пользователи приходят только тогда, когда прямо сейчас принимают решения о том, в какое место обратиться за услугой в Москве.
В Инстаграм пользователи выбирают, какой дизайн маникюра сделать, или видят эффект от косметологических и других услуг. Т.е. подписываются на аккаунты ради того, чтобы сформировать потребность.	При этом когда нужно выбрать, где эту потребность реализовать здесь и сейчас, причем в определенной части города, учитывая отзывы, рейтинг, цены и т.д., то ищут в поисковиках и попадают на Зун, а не в Инстаграм.
Инстаграм – хороших канал для имиджевой, брендовой рекламы, для рекламы определенного продукта и стимулирования спроса (увеличения целевых запросов в поисковиках).	Зун – это инструмент для того, чтобы уже сформированный спрос направить к Вам.
Если использовать рекламу за счет Амбассадора (публичной личности с большой аудиторией подписчиков), то 1 пост стоит очень больших средств (до 1 млн.).	В Зун за вложение в несколько раз меньше вы будете получать клиентов целый год-два.
Для ведения активного аккаунта необходим отдельный специалист, это требует затрат.	В Зун комплексное решение, специалист для ведения и анализа РК входит в стоимость комплексного привлечения клиентов.
Для прозрачного отслеживания нужны дополнительные инструменты и дополнительные затраты.	Сотрудники Зун прослушают каждый звонок, разложат по типу записей, дадут рекомендации по работе с входящими звонками, также отправим смс-напоминание, соберем ОС от дошедших, объективно посчитаем ROI нашего сотрудничества.



Сравнение с конкурентами

2ГИС	
В 2ГИС аудитория 3,5 млн пользователей, но 1,6 млн из них - это аудитория партнерской сети, т.е. они учитывают тех людей, которые, например, заходят на сайт «Узнай Москву» или «Рамблер», и видят на этом сайте карту 2ГИС.	В Зун аудитория 3,5 млн пользователей – это люди, которые переходят на портал на стадии принятия решения о том, в какое место обратиться за услугой в Москве.
В 2ГИС большая часть запросов пользователей – это «рекавери» запросы по названию организации, чтобы проложить маршрут в конкретное место.	В Зун пользователь попадает, когда осознанно выбирает, где получить услугу, но еще не знает, куда обратиться.
В 2ГИС (по их внутренним исследованиям 16 000 звонков) 51% - это рекламные звонки, т.к. многие менеджеры организаций используют 2ГИС как справочник для прозвона.	В Зун звонки пользователей целевые, т.к. в Зун 90% приходят по целевым запросам из поисковиков, а не используют портал как справочник организаций.
В 2ГИС нет прозрачной статистики: количество звонков в личном кабинете – это клики пользователей на кнопку, чтобы увидеть номер телефона в карточке, а не реальные наборы. Колл трекинг можно купить за отдельную плату, но никто не будет прослушивать каждый звонок, раскладывая по типу услуг, и отслеживать дошедших.	Сотрудники Зун прослушают каждый звонок, разложат по типу записей, дадут рекомендации по работе с входящими звонками, также отправим смс-напоминание, соберем ОС от дошедших, объективно посчитаем ROI нашего сотрудничества.



Спасибо за внимание!