

Поведение потребителей

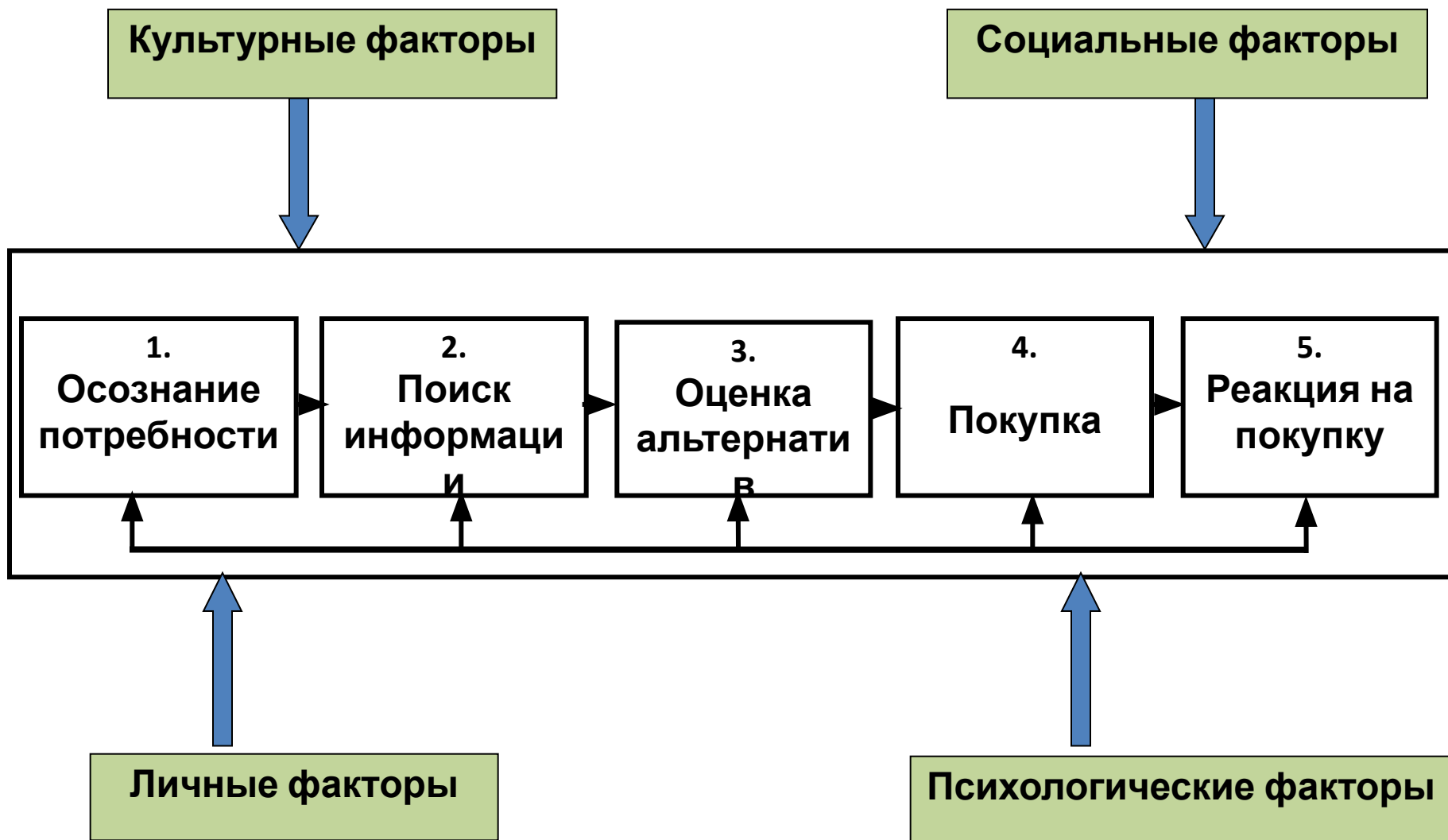


Определения

Поведение потребителей - действия, которые предпринимают люди во время приобретения, потребления товаров или услуг, а также высвобождения от них.

Потребительский рынок – отдельные лица и домохозяйства, покупающие или приобретающие иным способом товары и услуги для личного потребления.

МОДЕЛЬ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ



Социальные факторы:

- Референтная группа
- Семья
- Социальная роль, социальный статус
- Образование и профессионально-социальный статус
- Профессия и ее престиж
- Стиль жизни



borislav919, maria_kardash_11 и еще 83

kofferyuliya Немного проголодалась после тренировки, зашла к друзьям в @organicbox_perm

И поела, и похудела 😊

#ЮляКoffер #ФишкиКoffер #Жора #Шпагат #ПП #ФитнесKOFFERFIT

4 ОКТЯБРЯ



МАХИМ ПРОМОТОН

ВНИМАНИЕ! МОТОР!

Этот кинофильм, снятый Валерием Милладзе с Елизаветой Божарской, ты никогда не увидишь в кинотеатре. А все из-за белого родстера.

Во всем мире выключились в режим простановки, каждый забросил за Валерию и Елизавету, до-Бойша! фиксируется, каждый самостий Валентини пропало. Экономит-оплачивает и свои выходы кинокартины. Милладзе и Божарской пора выключить на новый уровень.

Настоящая Большая кино постановка бы тому, только в этой кинокартине. Не тут выключили белый родстер.

В многоязычной гонимой выключились, гад-де в Божарской не, везет кино выключились выключились. Во всем мире Валерия не, думай, думай и твой (Бойшадзе).

Ты бы кино не увидишь. Милладзе, гонимой народом кинокартине Милладзе-де-де-де SLK 250 тебе будет интереснее поговори, в каждой выключились. Пространство выключились, выключились.

SLK-K-милладзе

Личные факторы

- Пол
- Возраст
- Доход



Психологические факторы

- Тип личности
- Мотив
- Восприятие
- Усвоение
- Убеждения
- Отношения

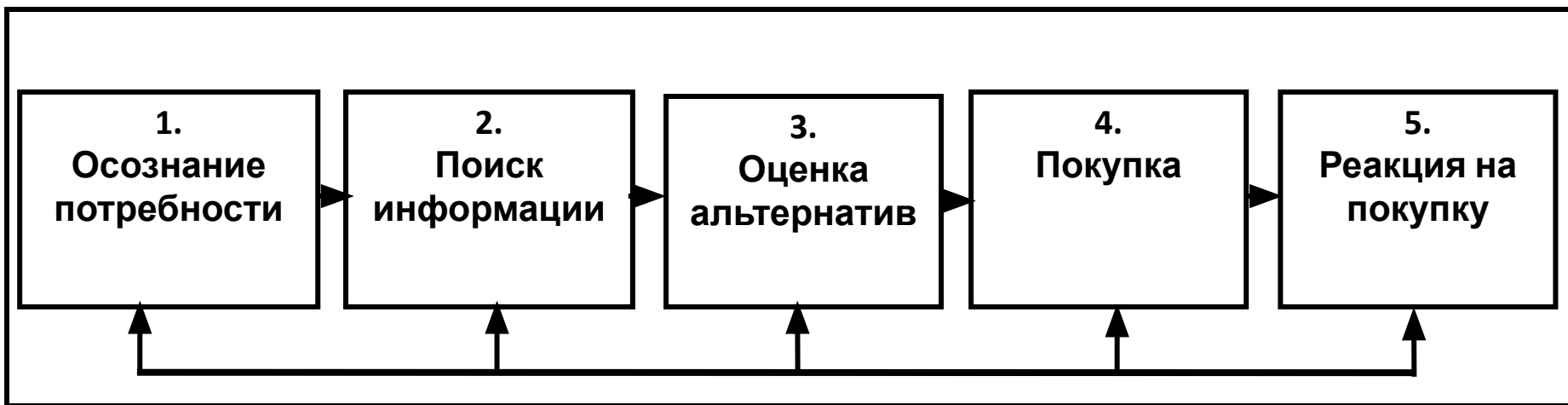
How people view me:



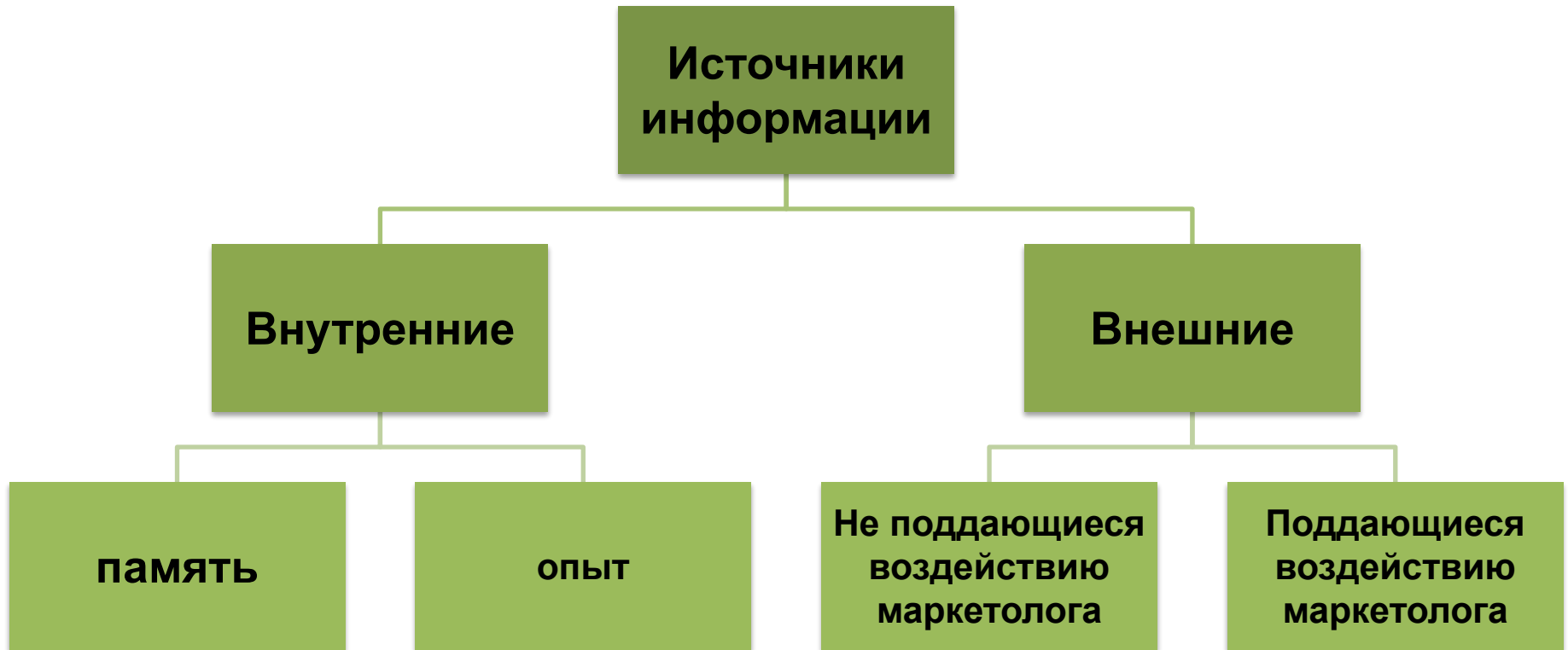
How people view me after I say I'm Russian:



Процесс принятия решения о покупке



Поиск информации. Источники.



Современные покупатели

ОСНОВНЫЕ ТИПЫ МОМЕНТОВ "ХОЧУ КУПИТЬ"



Покупки

(например, "Сравнение цен на телевизоры")



Кулинария

(например, "Где купить свежие овощи?")



Рестораны и бары

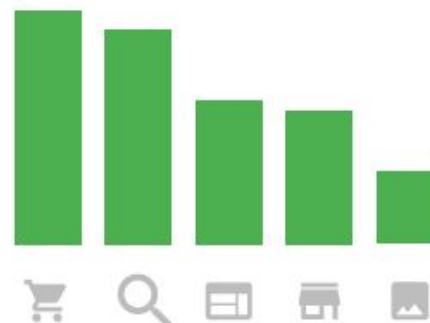
(например, "Доставка пиццы")

НАИБОЛЕЕ ИСПОЛЬЗУЕМОЕ УСТРОЙСТВО В МОМЕНТЫ "ХОЧУ КУПИТЬ"



людей используют телефон, когда
хотят что-то купить.

ЧТО ДЕЛАЮТ ЛЮДИ, КОГДА ХОТЯТ ЧТО-ТО КУПИТЬ



71% открывают веб-сайт или приложение магазина

64% используют поиск

42% открывают веб-сайт или приложение,
не принадлежащие магазину

41% посещают магазин или другое заведение

23% смотрят изображения или фотографии в
Интернете

ЧТО ВЛИЯЕТ НА РЕШЕНИЯ О ПОКУПКАХ В МОМЕНТЫ "ХОЧУ КУПИТЬ"



Мобильные устройства

79%

людей выполняли
релевантные действия на
телефоне перед покупкой.

Поиск

39%

покупателей
выполняли
релевантный поиск.



Сегментирование Таргетирование Позиционирование

The STP Process



NOW

THAT



IS SERIOUSLY

EPIC

Если вы не мыслите сегментами, значит, вы совсем не мыслите....

Если фирма не сумеет разбить рынок на сегменты, рынок разобьет фирму

Этапы сегментирования рынка

Определени
е критериев
сегментации



Описание
сегментов



Оценка
сегментов



Выбор
целевого
сегмента

Критерии сегментирования

ПОВЕДЕНИЕ

ГЕО
ГРАФИЯ

ДЕМО
ГРАФИЯ

ПСИХО
ГРАФИЯ

Пример сегментирования

| Искомые выгоды | Демографические характеристики | Поведенческие характеристики | Психографические характеристики | «Название» сегмента |
|--|--------------------------------|------------------------------|----------------------------------|---------------------|
| Лечебное воздействие (защита от кариеса) | Люди с большими семьями | Активные потребители | Консерваторы | «беспокойные» |
| Косметическое действие (блестящие зубы) | Подростки, молодежь | Курильщики | Чрезвычайно активны и общительны | «общительные» |
| Вкусовые качества (приятный вкус) | Дети | Любители жевательной резинки | Жизнелюбы, гедонисты | «чувствительные» |

Оценка привлекательности сегмента

- Размер сегмента
 - Емкость рынка
 - Темп роста
 - Перспектива
- Интенсивность конкуренции
 - Количество конкурентов
 - Барьеры входа
 - Товары-субституты
- Доступность сегмента
 - Понимание клиентов и опыт
 - Соответствие специализации и ключевым компетенциям компании

Стратегии охвата рынка



Дифференцирование



- процесс разработки ряда существенных особенностей продукта, призванных отличить его от товаров-конкурентов.

ЦЕЛЕВОЙ СЕГМЕНТ



МОТИВЫ ПОВЕДЕНИЯ



КРИТЕРИИ ВЫБОРА



КАЧЕСТВЕННЫЕ
ХАРАКТЕРИСТИКИ



УТП / УКП

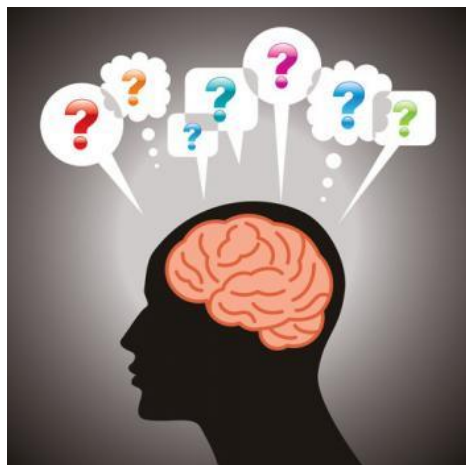


РЕСУРСЫ И
ВОЗМОЖНОСТИ



Позиционирование

- действия по разработке предложения компании и ее имиджа, направленные на то, чтобы занять обособленное благоприятное положение в сознании целевой группы потребителей.



**Место в
сознании
потребителя!**

Критерии успешного позиционирования

ЖЕЛАЕМАЯ ПОЗИЦИЯ

ОДНОЗНАЧНОСТЬ

ОТЛИЧИЕ ОТ КОНКУРЕНТОВ

ДОЛГОСРОЧНОСТЬ

УВЕЛИЧЕНИЕ ЦЕННОСТИ

ФОКУС

Выбор целевого рынка

Сегментирование

Оценка потенциала сегментов

Выбор целевых сегментов

Текущая позиция

Текущее позиционирование

Ключевые атрибуты рынка

Ключевые атрибуты конкурентов

Ключевые атрибуты товара

Знание товара (%)

Позиционирование

Определение точек позиционирования

Построение карт восприятия

Тестирование концепций

Доверие

Однозначность

Долгосрочность

Уникальность

Запоминаемость

Говорит о свойствах товара

Строится на потребностях ЦА

Стратегия позиционирования

Целевой рынок

Точки дифференциации

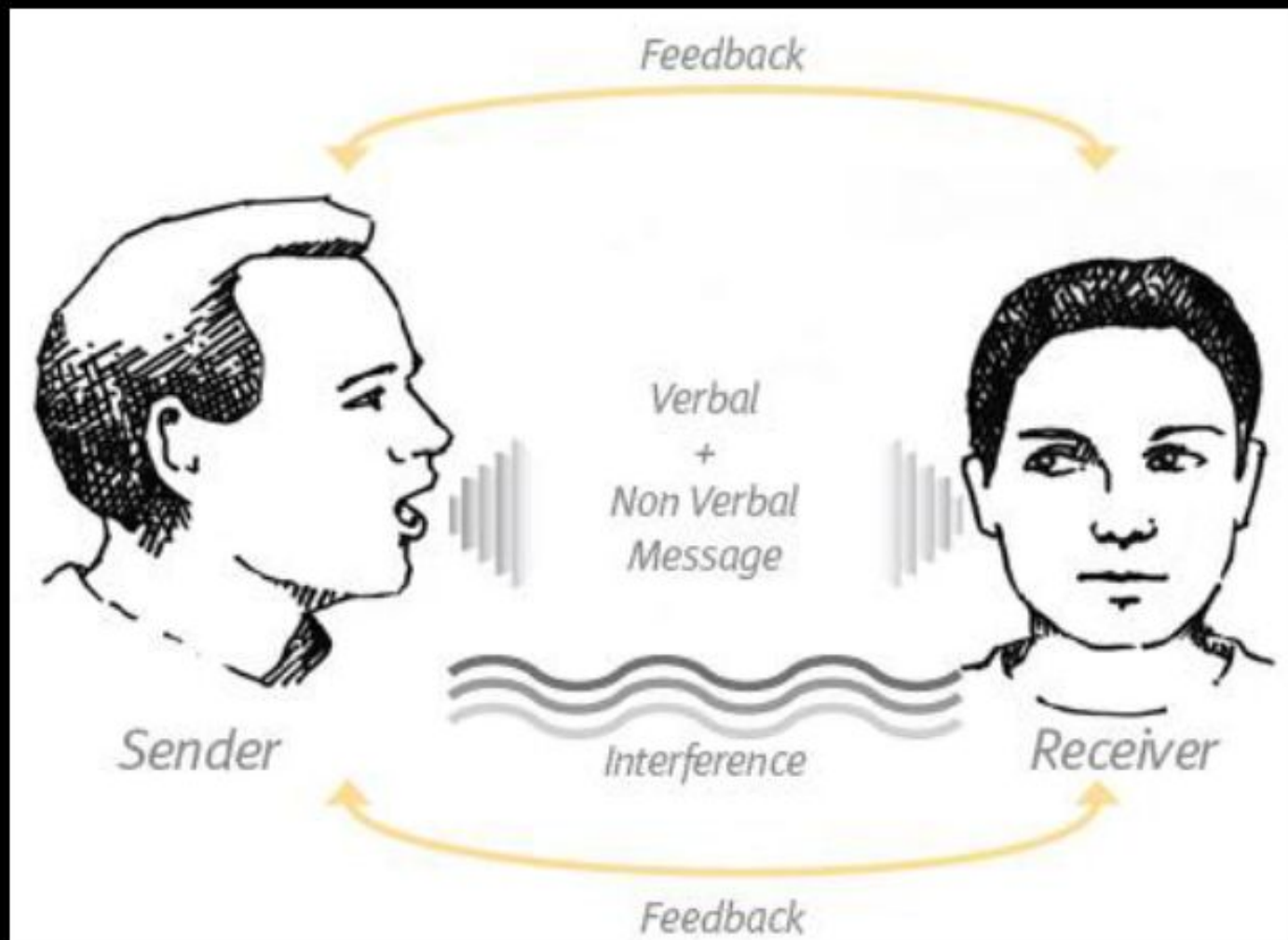
Reasons to believe

Суть в 1 предложении

Контроль

Мониторинг

План улучшения



Что такое коммуникации?



5 каналов восприятия

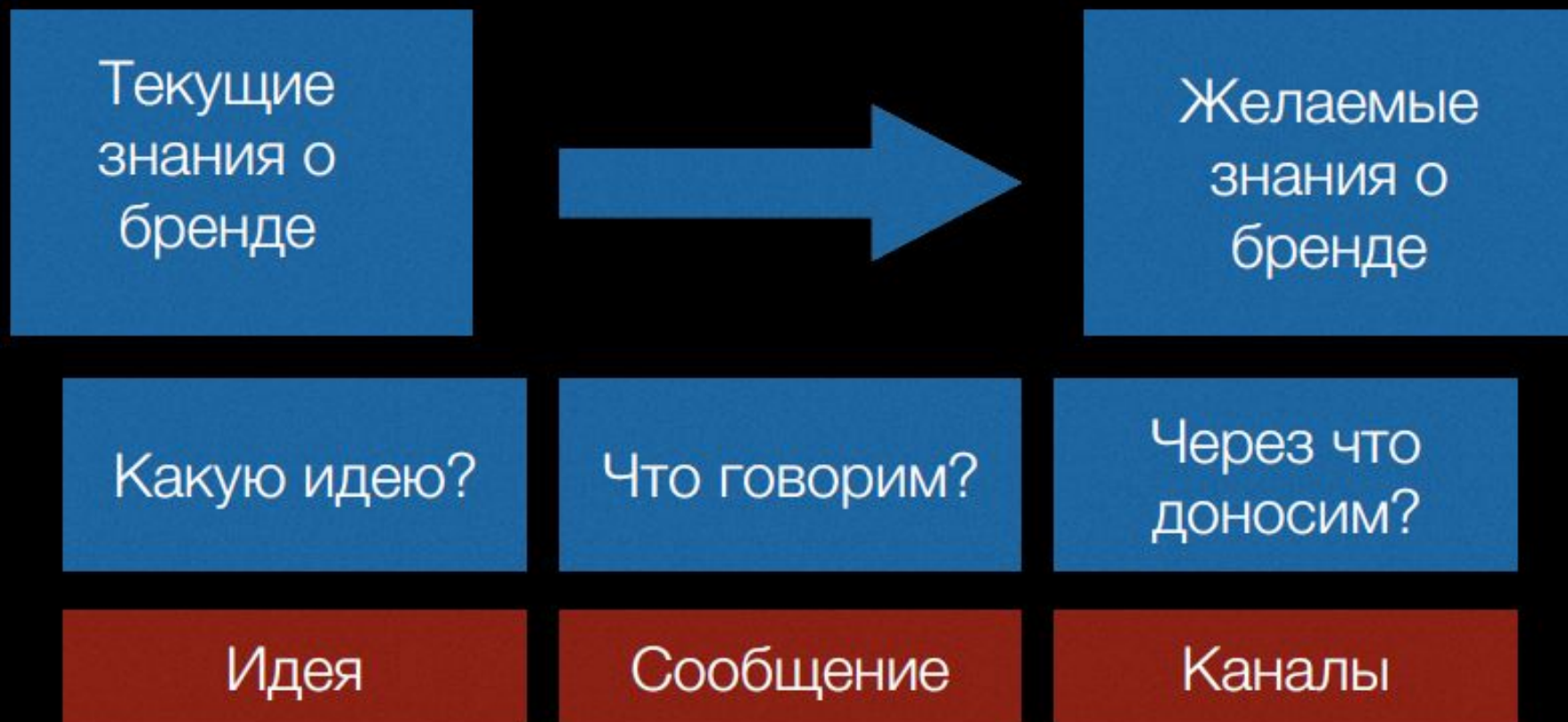
Зачем нужна маркетинговая коммуникация?

Текущие
знания о
бренде

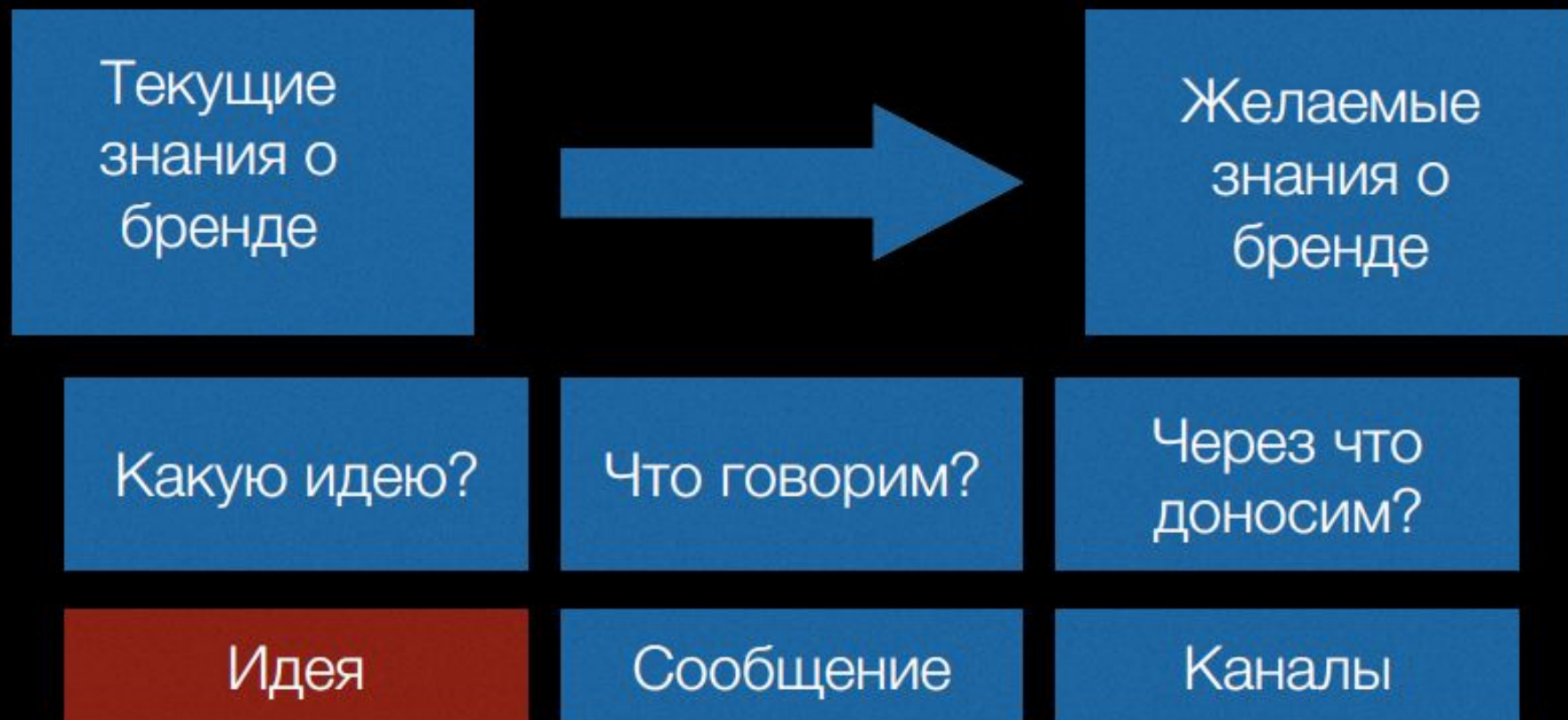


Желаемые
знания о
бренде

Зачем нужна маркетинговая коммуникация?



Зачем нужна маркетинговая коммуникация?



Барьер между продуктом и покупателем...

Компания создает продукт, который обладает группой конкретных атрибутов

MP3
GPRS,
Touchscreen
Hands-free
Black
Video
MMS

...
...
...



Потребитель же, привносит в свою жизнь не атрибуты, а ценности и выгоду, которые дает ему тот или иной продукт или услуга



У меня мало времени, мне нужна простота...
Мне хочется, чтобы меня воспринимали как «крутого парня»
Я хочу, чтобы моя семья была счастлива

ИДЕЯ



МЫ
**Наш продукт*



ОН
**Его жизненные ценности*



Как преодолеть этот барьер?
Надо трансформировать объективное в субъективное

Модель

Атрибуты - Преимущества - Выгоды

Компоненты модели [Гутман]:

- Потребность – отсутствие чего-либо, выражающееся в поведенческой движущей силе*
- Атрибут – один из нескольких субъективно воспринимаемых свойств определенного объекта [также может называться «характеристика», «свойство»]*
- Преимущество – тип и уровень удовлетворения потребности, который мы получаем от определенного атрибута объекта потребления*
- Выгода – «ценность», которую мы получаем в результате обладания, или употребления товара или услуги. Тесно связана с «отсутствием чего-либо» и в выраженном «поведении».*

Модель

УРОВЕНЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ



отсутствие чего-либо -> напряжение -> поведение (напр. покупка)

атрибуты

->

преимущества

->

выгода(ы)

↑
<создание
продукта>

↑
<воздействие ценностей>

УРОВЕНЬ КОМПАНИИ

Примеры: TELE2



В жизни выигрывает тот, кто правильно (умнее) распоряжается деньгами

Покупка «правильных» для меня услуг и продуктов по наилучшей цене

отсутствие чего-либо -> напряжение -> поведение (напр. покупка)

атрибуты

->

преимущества

->

выгода(ы)

*Сим-карта
Тариф 5 копеек на все звонки (дешевле чем у конкурентов)
Зона охвата в «моем» регионе*

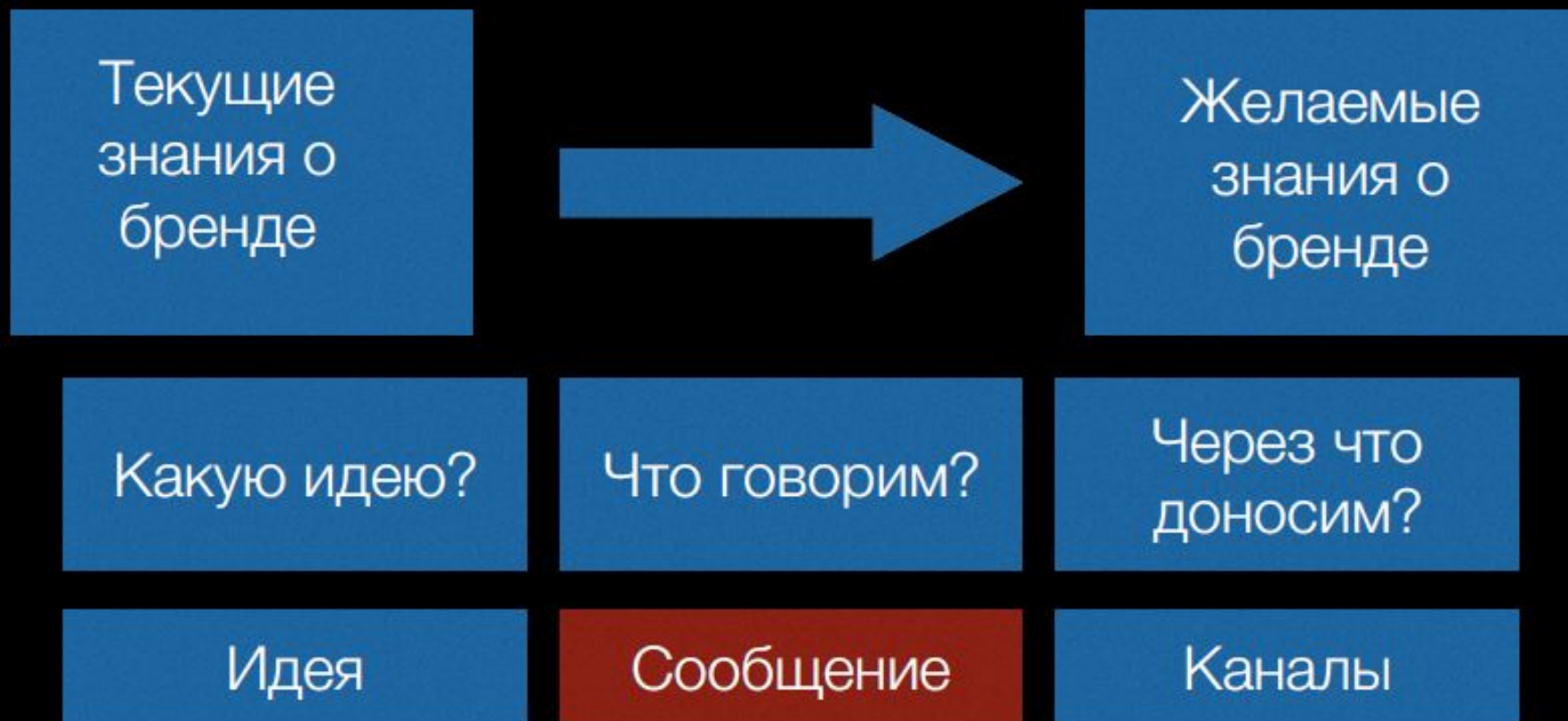
*Я могу говорить больше за те же деньги
Я экономлю, если говорю столько же.*

Я «умный» покупатель

Способы поиска выгод: индивидуально для сегмента!

- Дайте мне ... (скорость, безопасность, уверенность, позитивный опыт, успех)
- Помогите мне ... (добраться до, связаться с человеком, найти важную информацию, улучшить мою жизнь)
- Уберегите меня от (траты времени, денег, риска, оасности, негативного опыта)

Зачем нужна маркетинговая коммуникация?



Три уровня коммуникаций

Уровень 1: бренд

Кампания по продвижению бренда /
имиджевая кампания

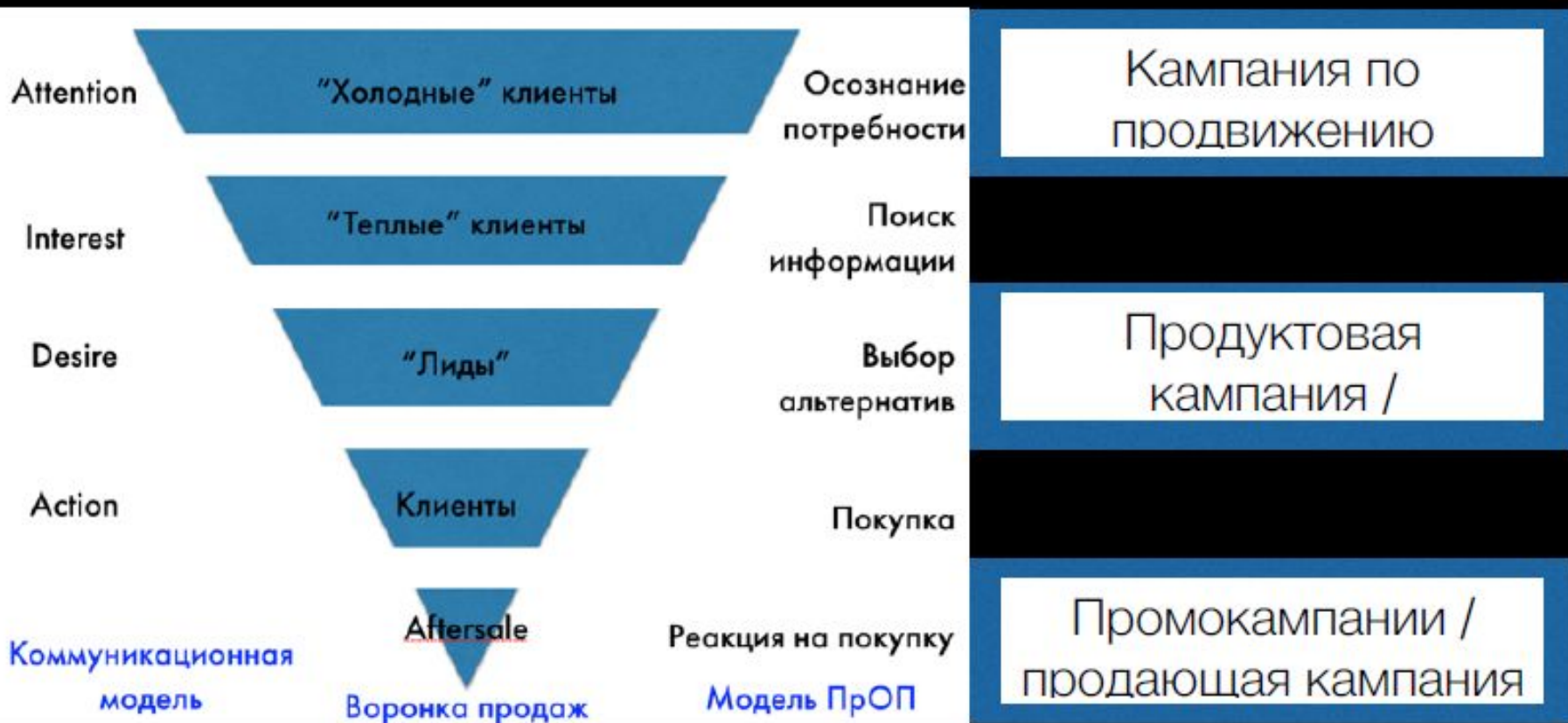
Уровень 2:
продукт / услуга

Продуктовая кампания /
продающая - имиджевая кампания

Уровень 3: промо

Промокампании /
продающая кампания

Три уровня коммуникаций



Три уровня задач

Осведомленность
Отношение

Кампания по продвижению бренда /
имиджевая кампания

Предпочтение
Покупка

Продуктовая кампания /
продающая - имиджевая кампания

Покупка
Повтор
Реакция

Промокампании /
продающая кампания

Примеры правильной постановки целей

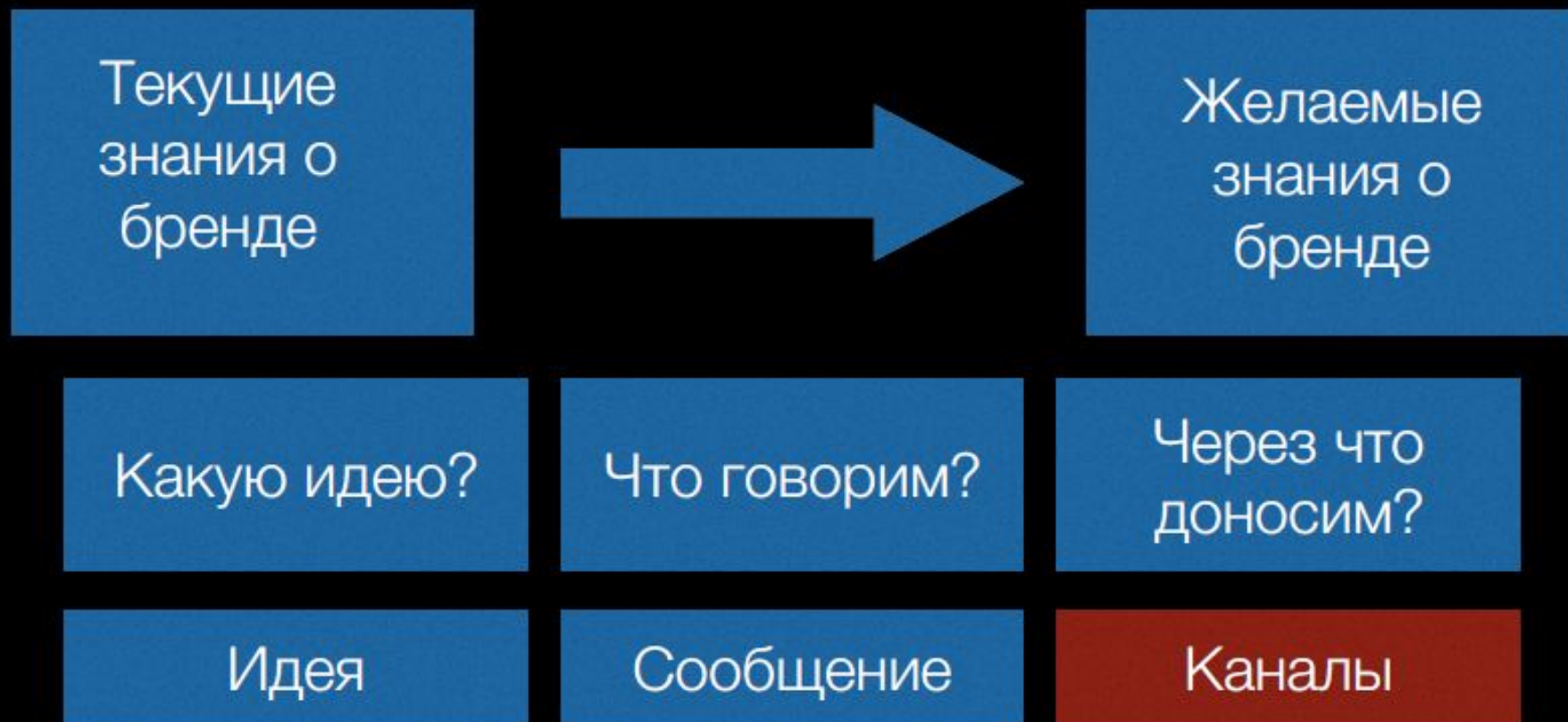
- Цель кампании - напомнить о том, что Coldrex устраняет симптомы простуды и гриппа во время “высокого сезона”
- Цель кампании - проинформировать о новогодних скидках от 75 000 рублей на автомобили Opel





- Сделать коммуникацию более близкой потребителю
- Продолжить построение четкого имиджа бренда
- Избежать каннибализации внутри портфеля
- Быстро построить осведомленность и пробную покупку Blendax в целом и новых вариантов в частности

Зачем нужна маркетинговая коммуникация?



| ATL | BTL | Нестандартные инструменты |
|---------------------------------------|--|---------------------------|
| Телевидение | Промо на улицах, промотеатр | Shock-vertising |
| ООН (out-of-home) Наружная реклама | Прямые рассылки, рассылки по базам, купоны | Sex-vertising |
| Радио | Маркетинг событий | Провокационный маркетинг |
| Пресса | Спонсорство, PR | Флеш-мобы |
| Онлайн платные каналы | Подарки | Мемы |
| Кинотеатры | Ambient (средовой) маркетинг | |
| | Трейд-маркетинг | |

Целевая аудитория



| Jaguar | Возраст | Пол, мужской / женский | Доход | Описание |
|--------------------|---------|------------------------|-------|---|
| | | | | Просвещённая элита |
| XF | 28-40 | 75%/25% | C | Современные и восприимчивые, утонченные, отличающиеся от остальных, испытывают влечение к надежным, высокотехнологичным, стильным продуктам. В основном менеджеры высшего звена или владельцы собственного бизнеса. |
| XJ | 35-45 | 95%/5% | C+ | Утонченные, независимые, уверенные в себе интеллектуалы. Настроены получить от жизни только лучшее. В основном владельцы собственного бизнеса, менеджеры высшего звена. |
| XK/F-Type | 28-40 | 80%/20% | C+ | Люди с высоким уровнем дохода, покупают автомобиль как 2 или 3 в дополнение к существующим. В основном владельцы собственного бизнеса, менеджеры высшего звена. Им нравится чувствовать драйв от управления этим автомобилем. Имеют ярко выраженную активную жизненную позицию. Автомобиль помогает им подчеркнуть свою индивидуальность. |
| Land Rover | Возраст | Пол, мужской / женский | Доход | Описание |
| Range Rover | 35-55 | 85%/15% | C+ | Ориентированы на социальный статус и успех в обществе, чувство собственного превосходства имеет для них особое значение. Они склонны демонстрировать свой статус, стремятся к обладанию только самыми премиальными продуктами. |
| Range Rover Sport | 30-45 | 81%/19% | C | В них гармонично сочетается стремление к престижу, любовь к роскоши с восприимчивостью и эмоциональностью. Это индивидуалисты, склонные к приключениям и сосредоточенные на себе. |
| Discovery 4 | 30-45 | 85%/15% | C | Эти люди любят проводить свободное время с семьей и друзьями, на свежем воздухе, ведут активный образ жизни. Они любят свой автомобиль за особый стиль и то, как он смотрится в городе. |
| Freelander 2 | 27-40 | 67%/33% | C | Люди, чья карьера находится в стадии активного развития, увлеченные брендом LR. Любят активное времяпрепровождение на открытом воздухе. Увлекаются модными гаджетами. |
| Range Rover Evoque | 27-40 | no info | C | Ситишэйперы, любят выделяться из толпы, яркие, активные, приверженцы ночного образа жизни, принадлежат к творческой элите, очень коммуникабельны, ведут активную социальную жизнь. |
| Defender | 35-55 | no info | C | Любят выделяться из толпы, ценят отношение к себе как к выдающейся особе. Предпочитают купить автомобиль как 2 или 3 в дополнение к имеющимся. |

Коммуникационная политика или Политика продвижения

Продвижение – любая форма распространения сообщений, информирующих, убеждающих, напоминающих и создающих лояльность потребителя о компании и ее продукции.

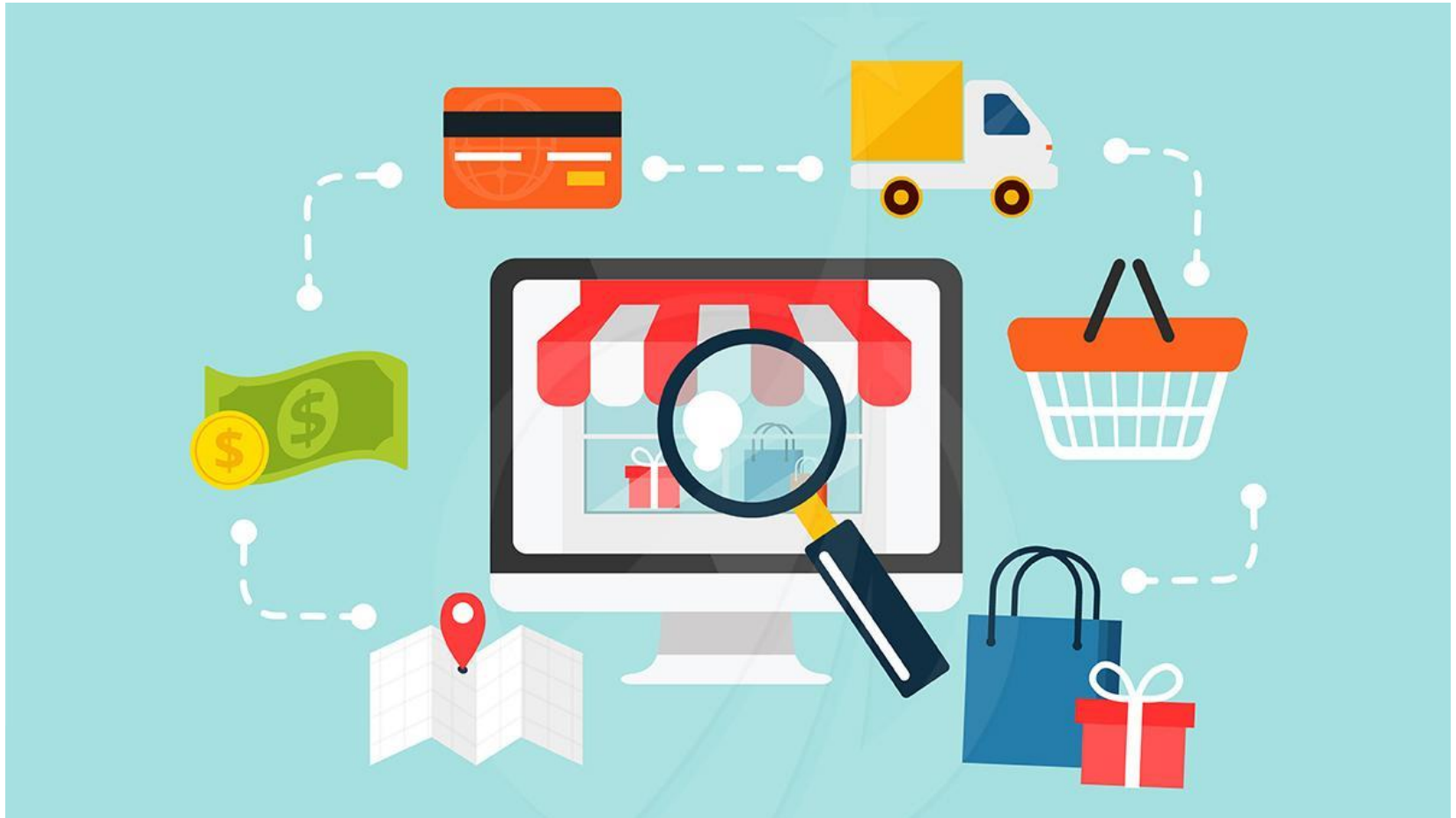
ATL - каналы

- ТВ
- Радио
- ООН
- Пресса

VTL - каналы

- Промоутеры
- Прямые рассылки
- Event
- Спонсорство, PR
- Ambient
- Трейд-маркетинг

Интернет-маркетинг



Особенности продвижения в Интернет

- Узкий и точный таргетинг
- Прозрачность статистики
- Простая оценка эффективности
- Более низкая стоимость
- Гибкость настройки

Инструменты

- Контекстная реклама
- Таргетированная реклама
- Медийная реклама, RTB
- Видеореклама
- Ретаргетинг

Контекстная реклама. Поиск

Яндекс

купить ниссан альмера в перми



Найти

ПОИСК КАРТИНКИ ВИДЕО КАРТЫ МАРКЕТ АВТО НОВОСТИ ЕЩЁ

Все модели Nissan / nissan.ru

nissan.ru/Официальный-сайт Реклама

с записью на тест-драйв на официальном сайте Nissan. Узнайте подробнее!

Конфигуратор Скачать брошюру Запишитесь на тест-драйв Адреса дилеров

Контактная информация · +7 (800) 200-59-90 · круглосуточно

Японское качество · Гарантия 3 года · Программа Trade-in · Лизинг

Купите Nissan Almera в Перми! – Выгода до 155 000 руб.!

nissan.luckymotors.ru Реклама

Зимние шины в подарок! Спешите в Lucky Motors!

Заказать тест-драйв Заказать автомобиль Комплектации и цены Контакты

Контактная информация · +7 (342) 239-26-26 · пн-вс 9:00-21:00 · Пермь

Нашёлся 1 млн результатов

168 показов в месяц

[Дать объявление](#) [Показать все](#)

Цена Nissan Альмера Пермь купить Nissan Almera...

perm.masmotors.ru > car/nissan/almera ▾

Успей купить новый Nissan Almera. с выгодой 180 000 руб. Цена от 431 000 руб.

(Акция: Пермь). ... У нас всегда в наличии имеются все самые популярные варианты комплектаций и цветов кузова Nissan Альмера.

Купить Nissan Almera в Перми, продажа автомобилей...

car.ru > Пермь > Продажа автомобилей Nissan > almera ▾

Продажа поддержанных Nissan Almera в Перми. Актуальная база объявлений в Перми по продаже Nissan Almera на автопортале CAR.RU.

Контекстная реклама. РСЯ и КМС

РСЯ – рекламная сеть Яндекса

КМС – контекстно-медийная
сеть Google (более 2 млн. сайтов)

Купи Ниссан Альмера в кредит 8%!



Ниссан Альмера в кредит от 497 000 Р. Дарим 20 000 Р. на подарки! Заявка:

ufa-motors.ru Адрес и телефон

Ниссан Альмера от 399 000 рублей!



В кредит скидка до 150 000р. Дорога до Москвы + Зимняя резина в подарок!

impex-auto.ru Адрес и телефон

Ниссан Альмера от 329 000 рублей!



В кредит в ноябре скидка до 282 000 р. Дорога до Москвы за наш счет!

olimpik-auto.ru Адрес и телефон

Реклама

Контекстная реклама. РСЯ и КМС

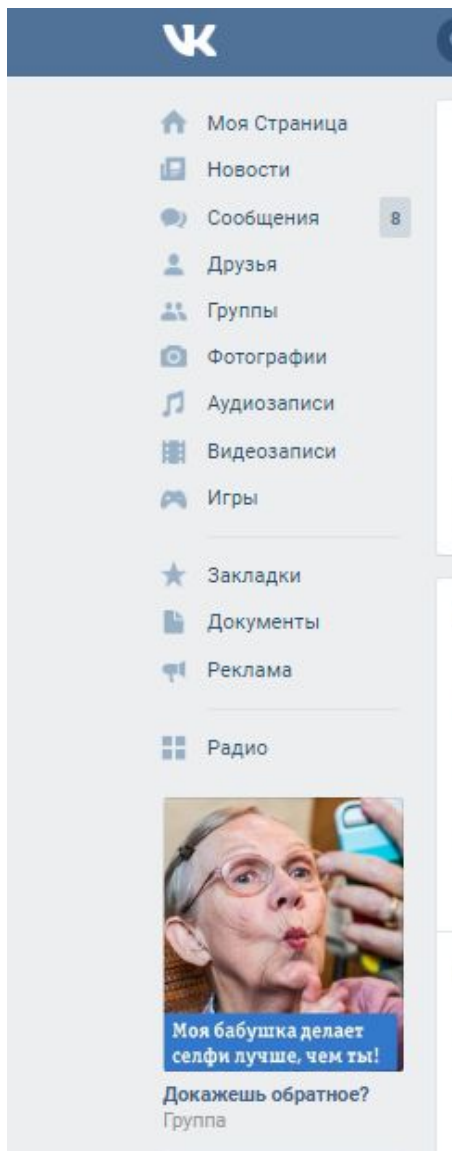


Таргетированная реклама

- показ рекламных объявлений в социальных сетях пользователям, в соответствии с выбранными видами таргетинга.



Таргетинг VK

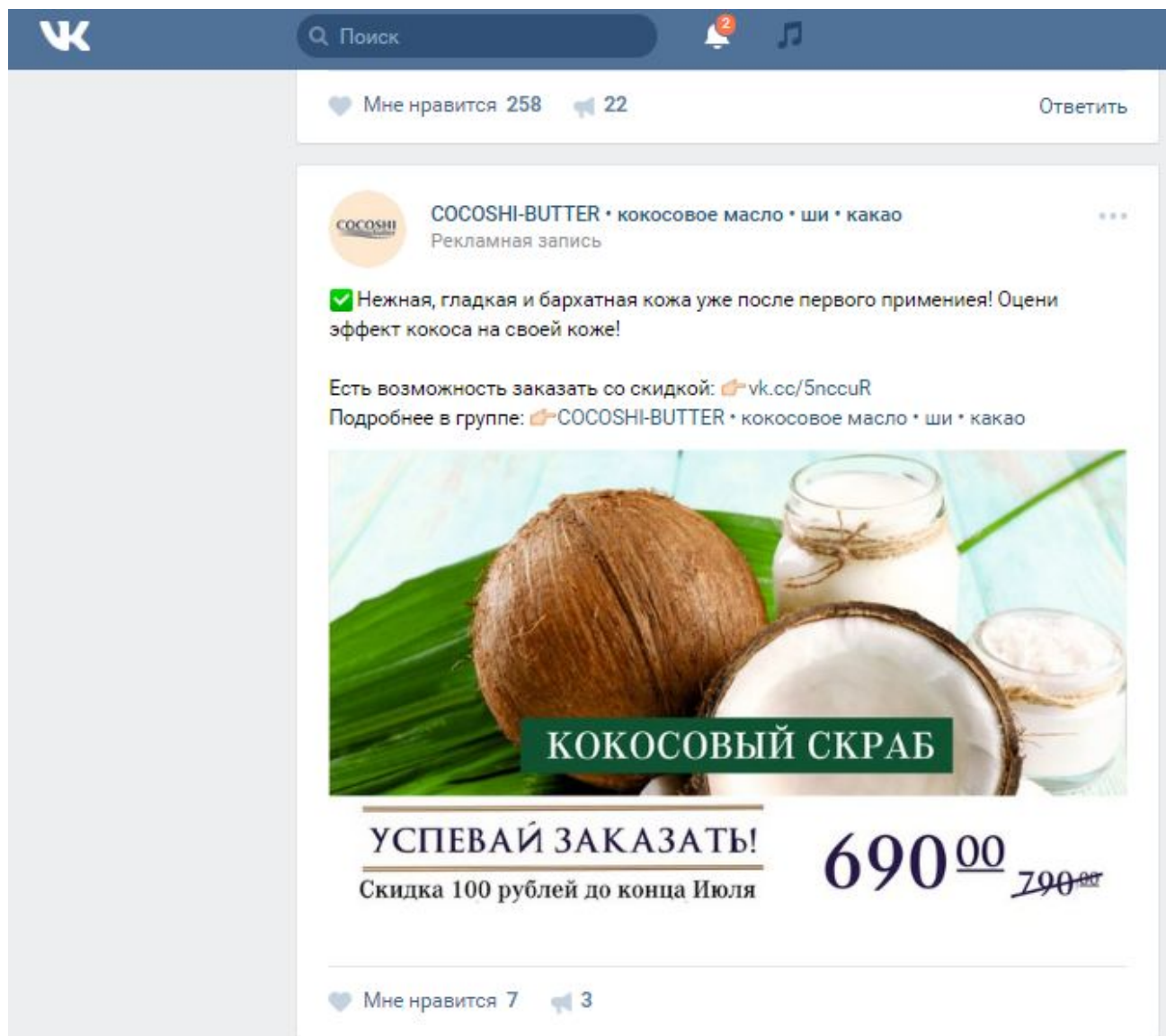


VK

- Моя Страница
- Новости
- Сообщения 8
- Друзья
- Группы
- Фотографии
- Аудиозаписи
- Видеозаписи
- Игры
- Закладки
- Документы
- Реклама
- Радио

Моя бабушка делает селфи лучше, чем ты!

Докажешь обратное?
Группа




VK Поиск

Мне нравится 258 22 Ответить

COCOSHI-BUTTER • кокосовое масло • ши • какао
Рекламная запись

✓ Нежная, гладкая и бархатная кожа уже после первого применения! Оцени эффект кокоса на своей коже!

Есть возможность заказать со скидкой: vk.cc/5nccuR
Подробнее в группе: [COCOSHI-BUTTER • кокосовое масло • ши • какао](#)



КОКОСОВЫЙ СКРАБ

УСПЕВАЙ ЗАКАЗАТЬ!
Скидка 100 рублей до конца Июля

690⁰⁰ ~~790⁰⁰~~

Мне нравится 7 3

Таргетинг ОК

The image shows a mobile browser interface with an orange header bar. On the left, there are notification icons for various apps with counts: 28, 2, 99+, and 5. On the right, there is a search bar with the text "Искать на сайте" and a magnifying glass icon. Below the header, the main content area displays an advertisement. The ad is titled "Реклама" and features a small thumbnail of the Suzuki Vitara with the text "Кроссовер Suzuki Vitara" and the URL "suzuki.saturn-r.ru". Below the title, there is a promotional message: "Специальное предложение! Suzuki Vitara с выгодой 170 000 р. Успейте купить." The main visual of the ad is a large image of an orange Suzuki Vitara SUV parked in a city at night, with a blue banner overlaying the bottom left corner that reads "SUZUKI VITARA" and "ВЫГОДА ДО 170 000 Р". At the bottom of the ad, there is a button that says "Перейти на сайт".

Таргетинг Facebook

The screenshot shows a Facebook interface with a post from 'Jaguar Land Rover Пермь'. The post text reads: 'Не пропусти главную премьеру этого лета! Ждем вас на презентацию НОВОГО Jaguar F-PACE. Познакомьтесь с Jaguar F-PACE лично 30 июня в 20:00 в самом центре города! Подробности о месте проведения и обязательная регистрация по телефону 259-49- 59. Новый Jaguar F-PACE. В высшей степени Jaguar! #JaguarFPACE#Jaguar#Уралавтоимпорт#bestcar'. Below the text is a promotional image for the event, featuring a blue Jaguar F-PACE SUV driving on a road. The image contains the text: 'ДАТА 30 ИЮНЯ В 20.00 НОВЫЙ JAGUAR F-PACE ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ РЕГИСТРАЦИЯ НА МЕРОПРИЯТИЕ ПО ТЕЛ. 259-49-59' and the Jaguar logo. The right sidebar shows a list of friends with their names and friend counts, and a language selection menu at the bottom.

Ищите людей, места или предметы

Angelica Главная

Страницы

- НИУ ВШЭ - Пермь 4
- Лента Страниц 20+
- Рекомендуемые С...
- Создать рекламу
- Создать Страницу

Друзья

- Лучшие друзья
- Семья
- Район Пермь
- Гимназия №17
- Высшая школа эко...
- Гимназия №17
- СОШ №12

ПРИЛОЖЕНИЯ

- Прямой эфир
- Игры
- В этот день
- Angry Birds Friends
- Правки
- Подмигивания 1
- Лента игр

ГРУППЫ

- Внедрение CRM и ... 4
- MAER GROUP 20+
- Новые группы 1

Jaguar Land Rover Пермь
Опубликовано Гулнаррой Шакировой [?] · Рекламная новость (демо) ·

Не пропусти главную премьеру этого лета! Ждем вас на презентацию НОВОГО Jaguar F-PACE. Познакомьтесь с Jaguar F-PACE лично 30 июня в 20:00 в самом центре города! Подробности о месте проведения и обязательная регистрация по телефону 259-49- 59. Новый Jaguar F-PACE. В высшей степени Jaguar! #JaguarFPACE#Jaguar#Уралавтоимпорт#bestcar

ДАТА
30 ИЮНЯ В 20.00
НОВЫЙ JAGUAR F-PACE
ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ РЕГИСТРАЦИЯ
НА МЕРОПРИЯТИЕ
ПО ТЕЛ. 259-49-59

JAGUAR

Рома Вышкин
16 общих друзей
Подтвердить

Алексей Ермаков
17 общих друзей
Подтвердить

Илья Лисняк
31 общий друг
Подтвердить

Олег Чирухин
От Пермь
Подтвердить

Денис Винниченко
37 общих друзей
Подтвердить

Анастасия Муранова
11 общих друзей
Подтвердить

Русский · English (US) · Українська · Suomi · Español +

Конфиденциальность · Условия использования · Реклама · Выбор рекламы · Файлы «cookie» · Ещё ▾

Facebook © 2016

Таргетинг Instagram

MTS 3G

19:09

27 % 



jlr_perm

Реклама 

ДАТА
30 ИЮНЯ В 20.00
НОВЫЙ JAGUAR F-PACE
ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ РЕГИСТРАЦИЯ
НА МЕРОПРИЯТИЕ
ПО ТЕЛ. 259-49-59



♥ Нравится: 152

jlr_perm Не пропусти главную премьеру этого лета! Ждем вас на презентацию



Видеореклама

- YouTube
- Яндекс видеосети
- VK
- ОК

The image shows a YouTube video player interface. The main video content is a 3D-rendered scene featuring a white SUV on a wooden trailer. The background is a stylized rural landscape with a barn, a windmill, and a banner that reads 'ВОТНИ АВТОМ'. A 'Пропустить рекламу' (Skip ad) button is overlaid on the bottom right of the video. Below the video, the title 'Танцующие хомяки ^^ TITITITA TITITUTU' and the channel name 'MulTown' are visible. The right sidebar contains a 'Следующее' (Next) section with several video thumbnails, including one with a hamster and another with a woman's face.

Медийная реклама

RTB



- Авто. Автозапчасти и аксессуары
- Авто. Автомобильные противоугонные устройства
- Авто. Автотехника
- Авто. Видеорегистраторы и навигаторы
- Авто. Внедорожники премиум-класса
- Авто. Коммерческий транспорт
- Авто. Компакт-минивэны, минивэны
- Авто. Кроссоверы
- Авто. Кроссоверы и внедорожники премиум-класса
- Авто. Кроссоверы и внедорожники премиум-класса, покупка
- Авто. Кроссоверы и внедорожники, массовый сегмент
- Авто. Кроссоверы и внедорожники, массовый сегмент, покупка
- Авто. Кроссоверы премиум-класса
- Авто. Кроссоверы, внедорожники и легковые модели премиум-класса
- Авто. Кроссоверы, массовый сегмент
- Авто. Машины B-, C- и D-класса (малый и средний)
- Авто. Машины B-, C- и D-класса (малый и средний), покупка
- Авто. Машины C- и D-класса (средний)
- Авто. Машины премиум-класса
- Авто. Машины премиум-класса, покупка
- Авто. Машины эконом-класса
- Авто. Мототехника и запчасти
- Авто. Пикапы
- Авто. Шины, диски
- Авто. Внедорожники, массовый сегмент
- Автоломбарды
- Автосервис
- Автоспорт

- Услуги домашней прислуги и нянь
- Услуги по созданию сайтов
- Услуги хостинга
- Финансы. Автокредит
- Финансы. Банк для юр.лиц и РКО
- Финансы. Банковские вклады
- Финансы. Бинарные опционы
- Финансы. Инвестиции
- Финансы. Ипотека
- Финансы. Кредит на развитие бизнеса
- Финансы. Микрокредиты и займы
- Финансы. Оплата услуг
- Финансы. Оформление банковских карт
- Финансы. Потребительские кредиты и кредитные карты
- Финансы. Рынок валют
- Финансы. Форекс
- Фитнес

Ретаргетинг

- Показ рекламы пользователям, которые уже были на сайте