

СОВРЕМЕННЫЙ РЫНОК ИНТЕРНЕТ РЕКЛАМЫ В РОССИИ И МИРЕ

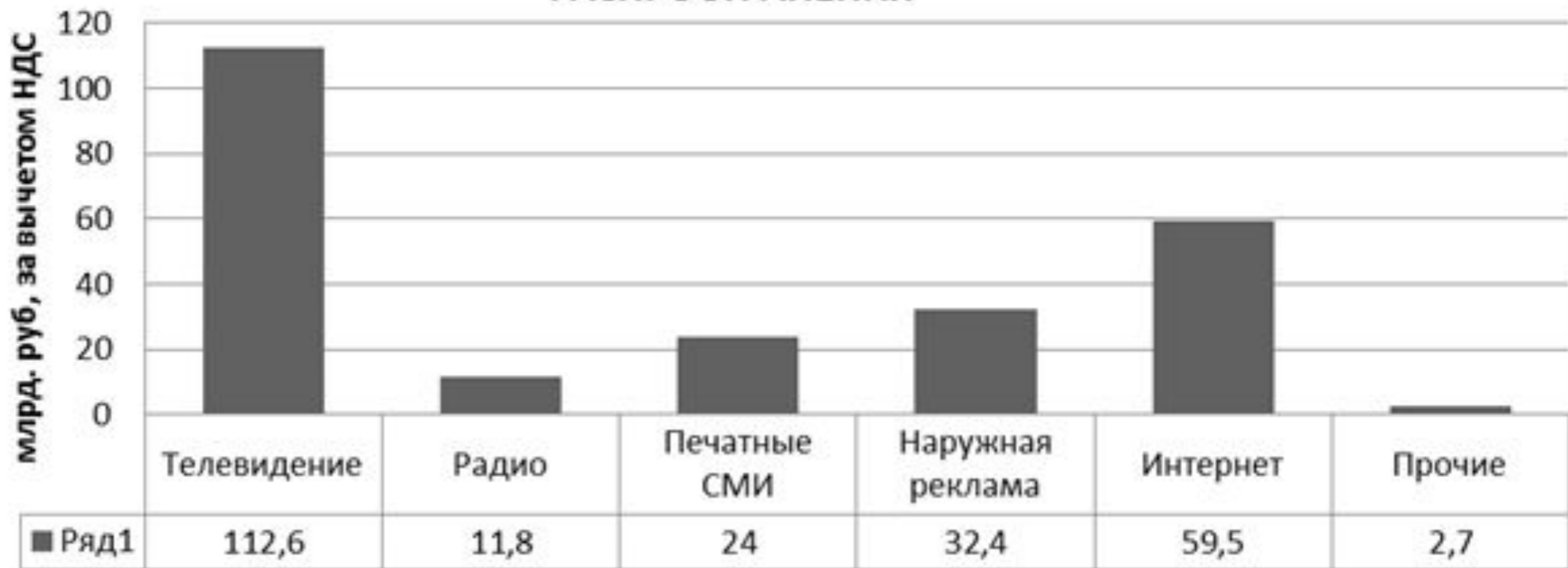
Бойкова Елизавета

1115

Ушла в интернет.
Реклама.

Интернет-маркетинг является активно развивающейся сферой и дает возможность по эффективному продвижению любого продукта или услуги в короткие сроки

ОБЪЕМ РОССИЙСКОГО РЫНКА РЕКЛАМЫ В СРЕДСТВАХ ЕЕ РАСПРОСТРАНЕНИЯ



КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА



Тип интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, контекстом интернет-страницы (лат. contextus — соединение, связь).



Медийная реклама – это размещение текстовых и графических рекламных материалов (баннеров, видеороликов) на новостных порталах и тематических сайтах.



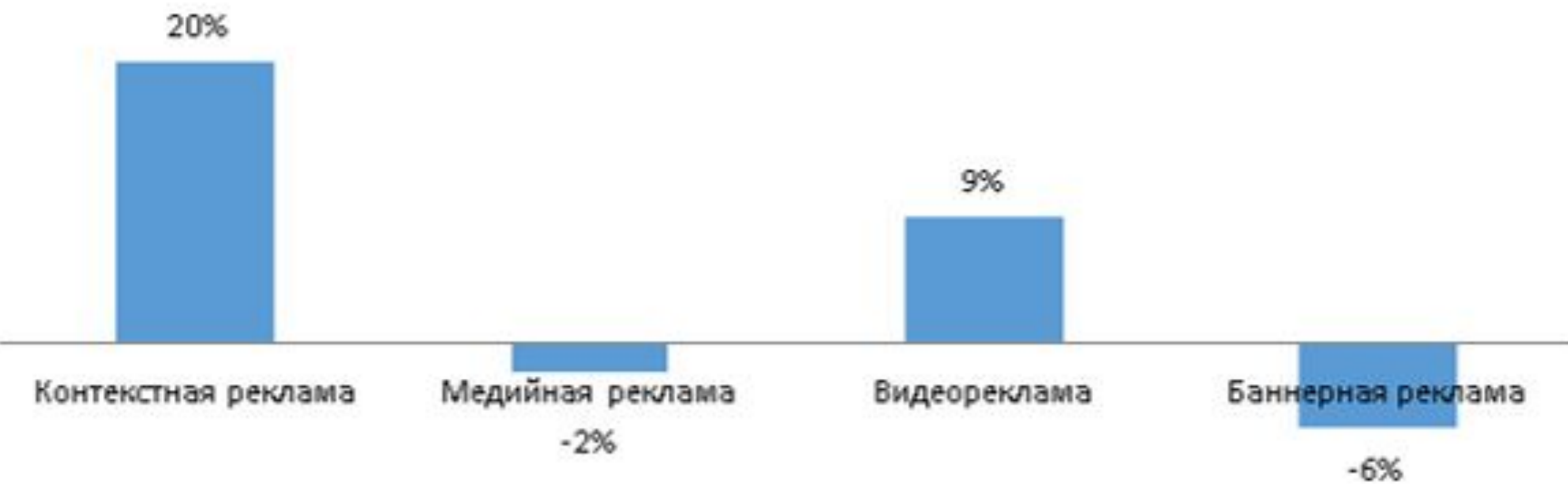
Видеореклама — форма рекламы, размещаемой в сети интернет, направленная на создание имиджа компании, продвижение услуг или товаров, предоставление информации с целью повышения продаж.



Баннерная реклама

Баннерная реклама – это


размещение баннеров на целевых порталах в интернете с целью привлечения большого количества качественных посетителей за определенный период и по определенной стоимости.



Динамика сегментов
интернет-рекламы в 2015 г.

- В России на рынке интернет рекламы наиболее популярным инструментом продвижения является контекстная реклама, он занимает 81% бюджетов от всей интернет-рекламы.

Медийная интернет реклама, напротив, имеет отрицательную динамику. Это объясняется ухудшением ситуации на макроэкономическом уровне. Медийная реклама, по сравнению с контекстной, гораздо более чувствительна к изменениям в экономике. Однако показатель темпа роста объема медийной рекламы выше, чем у любого из «традиционных» медиа (ТВ, радио, пресса и т.д.)

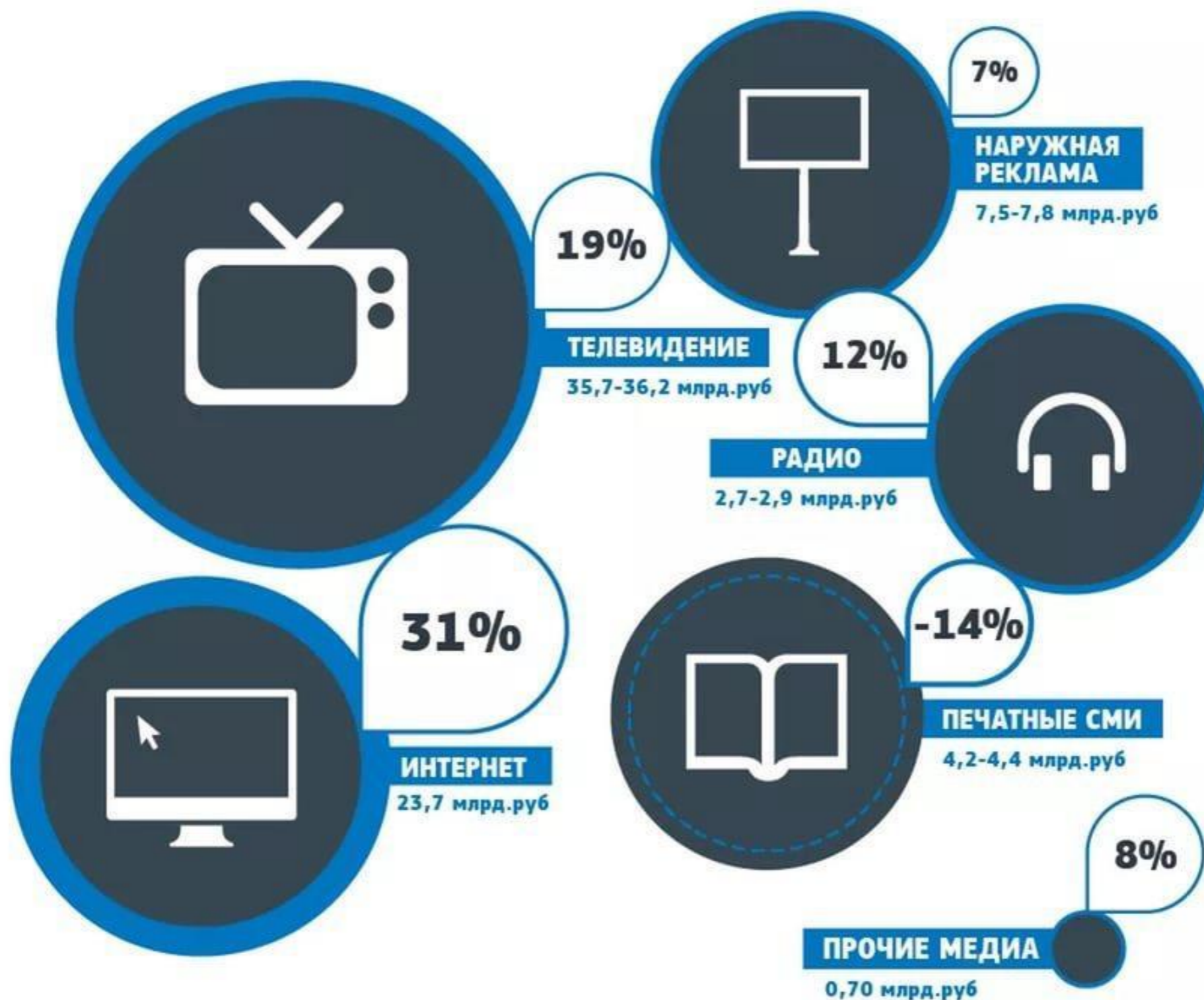


Пора
рекламироваться
в интернете

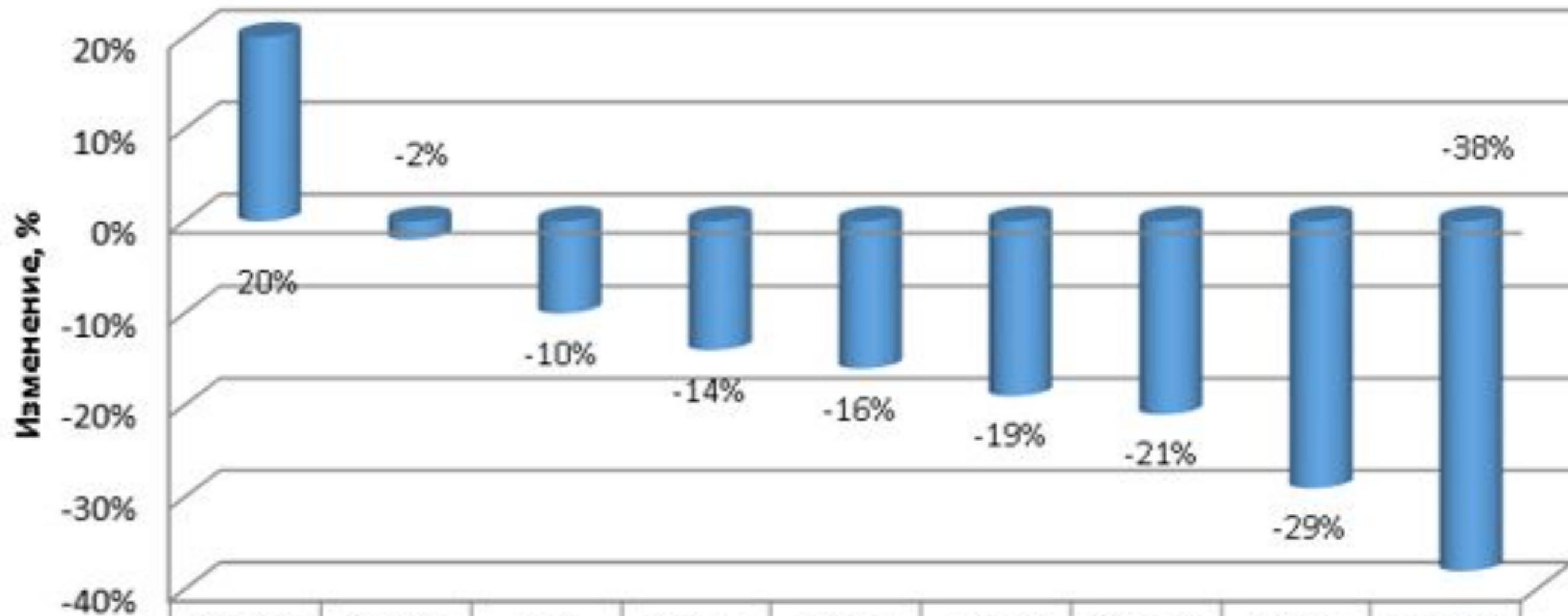
Товарные категории в медийной интернет рекламе, 2015 г.

Товарная категория	Бюджет (млн. руб.)	Доля вобщих затратах	Динамика 2015/2014
Товары повседневного спроса	4675	25%	5%
Автомобили	4600	25%	-5%
Фармацевтика	1570	8%	25%
Услуги связи	1310	7%	-13%
Финансовые услуги	1105	6%	-20%
Развлечения и медиа (в т.ч. Интернет-площадки)	1050	6%	31%
Ритейл	955	5%	-11%
Бытовая техника и электроника	935	5%	0%
Производители сотовых телефонов	635	3%	-7%
Недвижимость	635	3%	38%
Путешествия и туризм	170	1%	-32%
Компьютеры и программное обеспечение	150	1%	-64%
Другое	910	5%	-11%
<u>ИТОГО:</u>	<u>18700</u>	<u>100%</u>	<u>-2%</u>

ОБЪЕМ РЕКЛАМЫ В СРЕДСТВАХ ЕЕ РАСПРОСТРАНЕНИЯ В ЯНВАРЕ-МАРТЕ 2016 г.



ИТОГО ATL: 75,0-75,5 млрд.руб (18%)



Вид рекламы	Контекстная реклама	Медийная реклама	Весь рынок	Основные ТВ-каналы	Радио	Другие	Наружная реклама	Пресса	Нишевые ТВ-каналы
Вид рекламы	20%	-2%	-10%	-14%	-16%	-19%	-21%	-29%	-38%



- увеличение количества пользователей мобильных устройств (смартфоны, планшеты);
- доступность и качество мобильного интернета;
- доминирующая роль Google с лидирующей мобильной операционной системой Android;
- переход значительной части пользователей на мобильные платформы (в частности, пользователей социальных сетей);
- популярность рекламоемких Интернет-ресурсов (социальные сети, видеохостинги и игровые приложения);
- совершенствование технологий, улучшение инфраструктуры размещения рекламы в мобильной среде;
- рост числа мобильных версий сайтов и приложений известных СМИ;
- адаптация рекламодателей к новым рекламоносителям, преодоление недоверия;
- относительно низкая стоимость мобильного трафика в виду профицита инвентаря.

Доля медиа в глобальных рекламных инвестициях (%)



Источник: ZenithOptimedia



РЕКЛАМА В ИНТЕРНЕТЕ

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**