

Эффективная интернет – реклама в регионах.

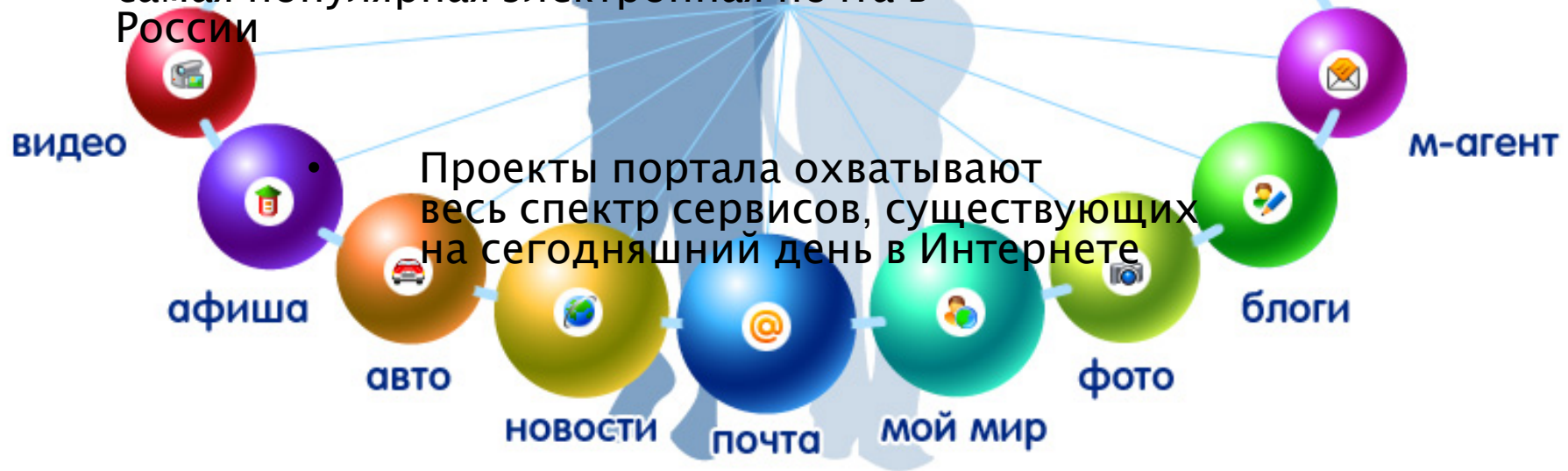
(г. Ижевск, март 2010)

@mail.ru®



Mail.Ru – лидер российского Интернета

- **Mail.Ru – это портал №1 российского Интернета***, ядром которого является самая популярная электронная почта в России



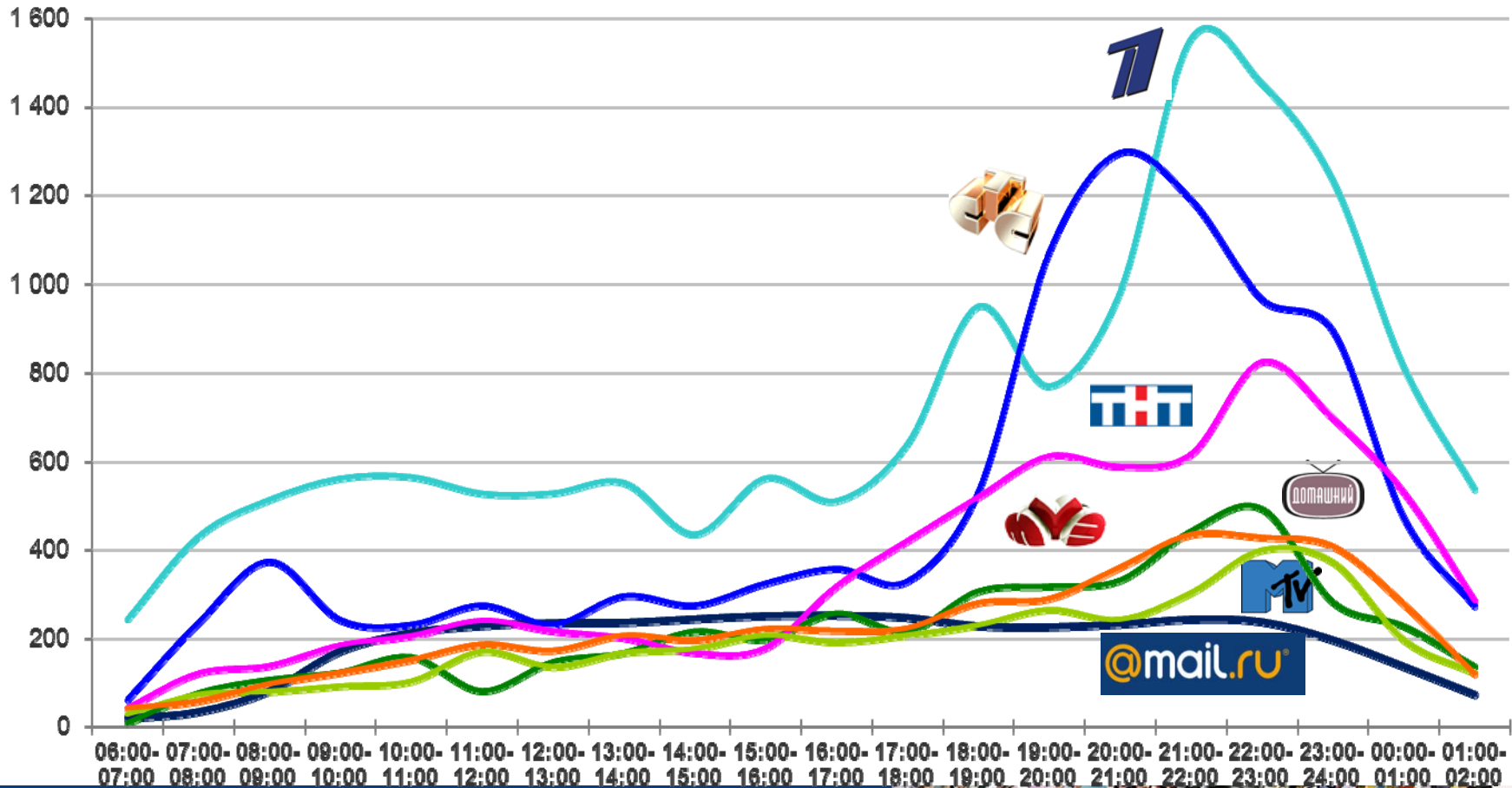
- Большинство проектов занимают лидирующие позиции в своих тематических категориях





@mail.ru®

Аудитория Mail.ru и аудитории лидирующих ТВ каналов



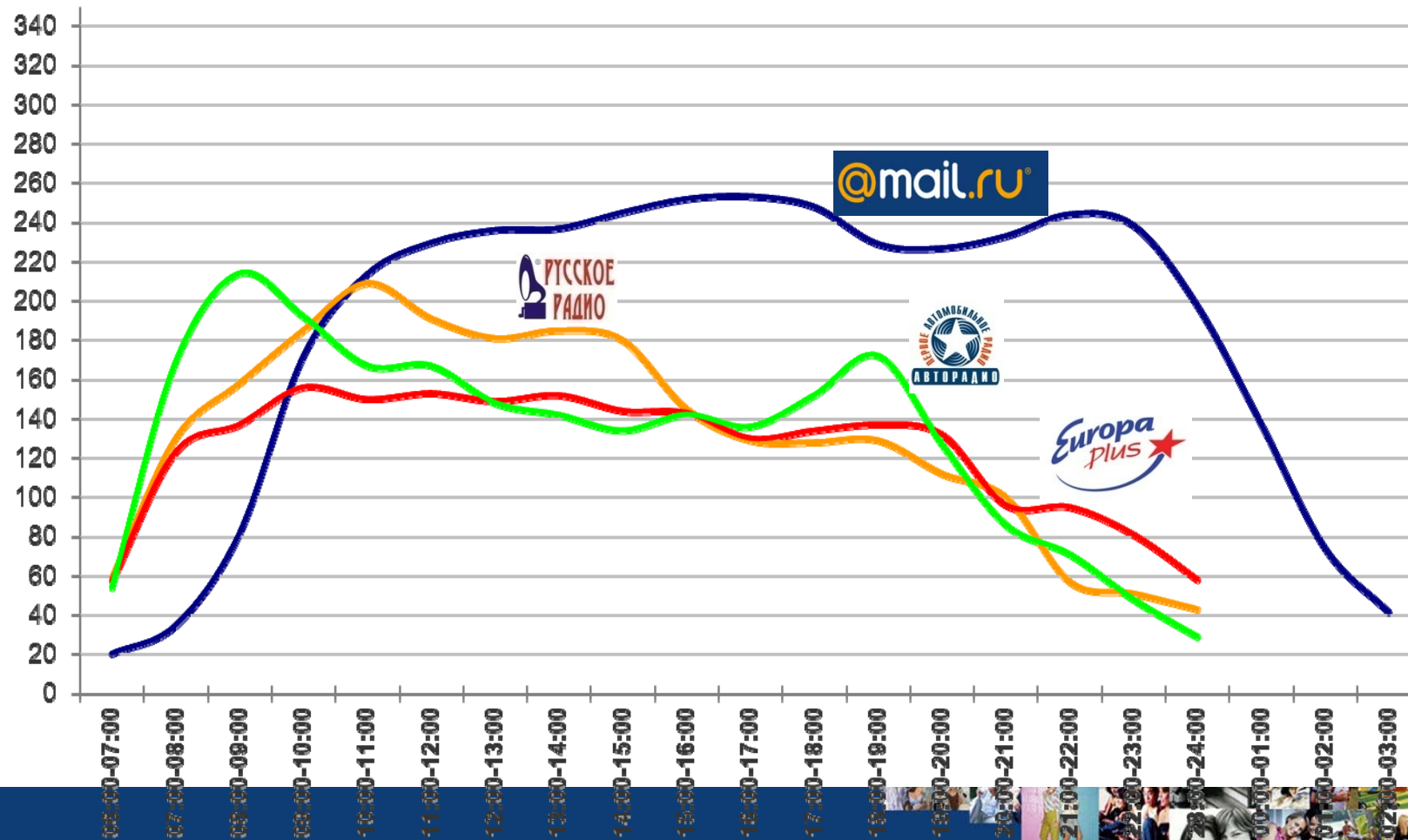
По данным TNS Gallup Media: Москва (12-54, будние дни, тыс.чел., средние значения аудитории часа в будние дни); Интернет: Февраль '07; TV Index: Февраль '07





@mail.ru®

Аудитория Mail.ru и аудитории лидирующих радиостанций



По данным TNS Gallup Media: Москва (12-54, будние дни, тыс.чел., средние значения аудитории часа в будние дни);
Интернет: Февраль '07; Радио: Дек'06-Фев'07





@mail.ru®

Нужно определиться с целями и задачами проведения рекламной кампании:

- *Формируем отношение к торговой марке?*
- *Информируем о продукте/услуге?*
- *Определяем место покупки?*



Типы рекламных кампаний на портале

Тип кампании	Тип формата	Настройки кампании	Критерии эффективности
Имиджевая	Широкоформатные баннеры, нестандартные размещения, видео-реклама	Кол-во показов - 5-6 уникальному пользователю	1. Охват аудитории 2. Кол-во контактов 3. Стоимость за 1000 контактов
Продуктовая	Баннеры, текстово-графические блоки	Кол-во показов - 3-4 уникальному пользователю, таргетинг по полу / возрасту	1. Охват ЦА 2. Кол-во контактов с ЦА 3. Кол-во кликов 4. Стоимость 1000 контактов и 1 клика
Продающая	Баннеры, текстово-графические блоки	Кол-во показов - 1-2 уникальному пользователю, таргетинг по полу / возрасту	1. Кол-во кликов 2. Стоимость 1000 контактов и 1 клика





@mail.ru®

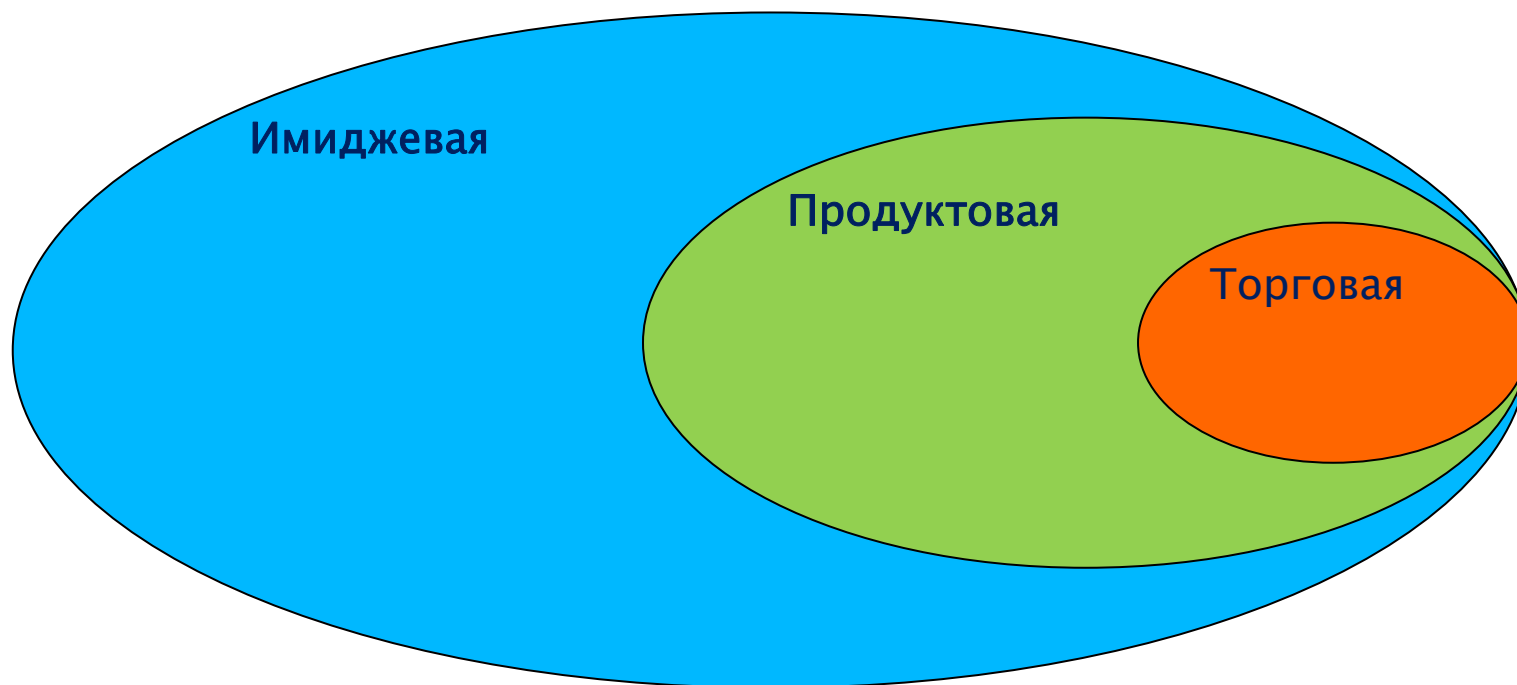
Кто наши потенциальные клиенты?





@mail.ru®

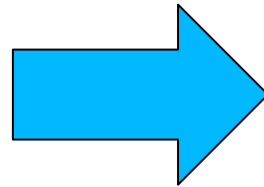
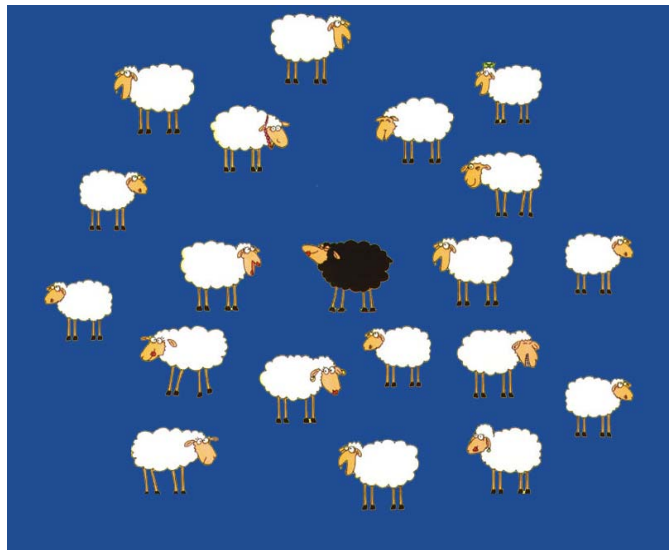
Целевая аудитория





@mail.ru®

Хочу показать рекламу своим потенциальным клиентам, как это сделать?
Пользователи: Таргетинг:





@mail.ru®

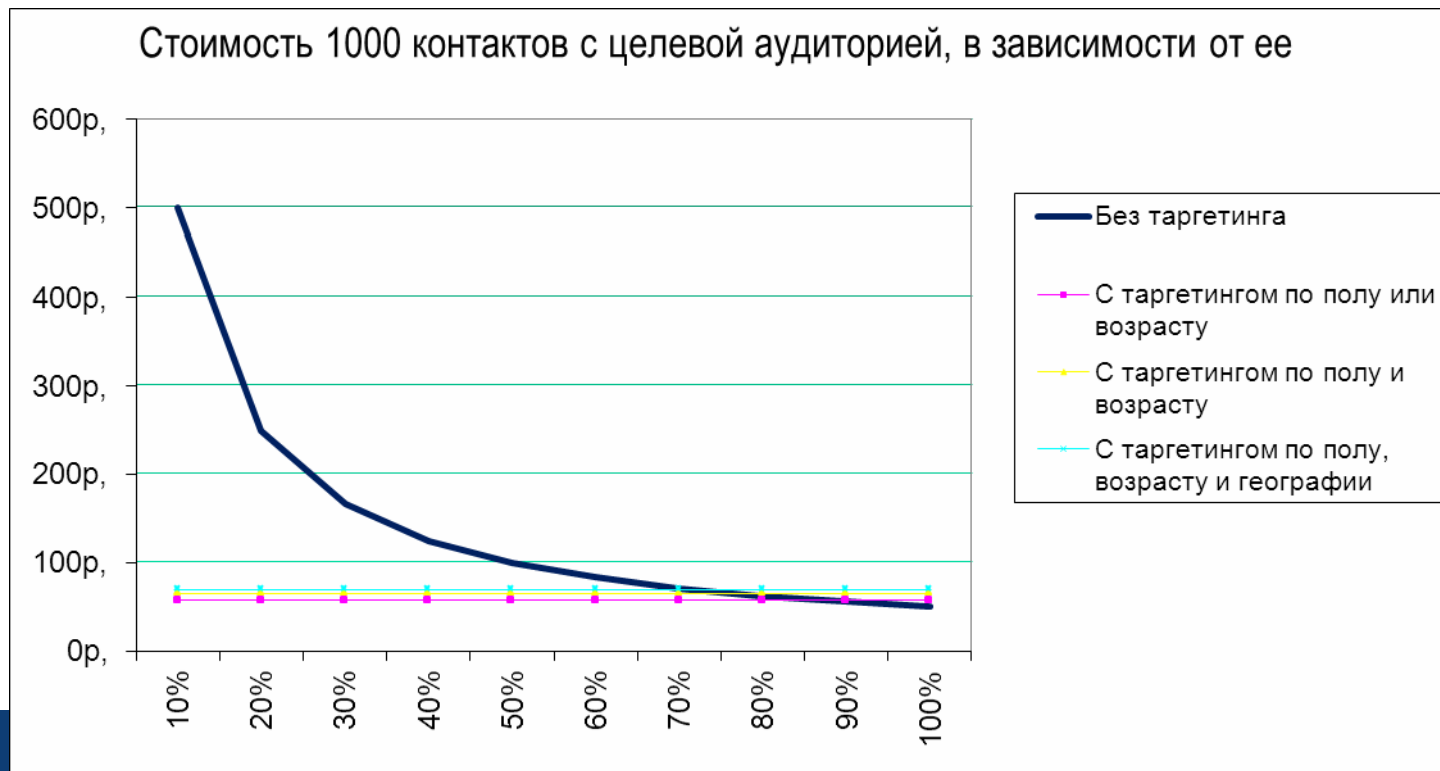
Для кого мы проводим рекламную кампанию?





Эффективность таргетинга

- Применяя фокусировки по полу и возрасту рекламодатель получает возможность снизить затраты на охват своей целевой аудитории

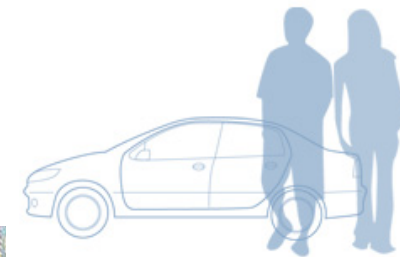
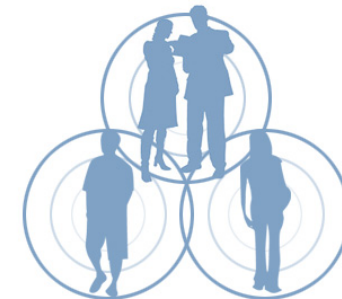




@mail.ru®

Рекламные возможности Mail.Ru позволяют достичь большинства целей рекламодателей

- Провести рекламную кампанию национального масштаба с самым большим охватом аудитории в российском Интернете
- Таргетировать аудиторию по социально-демографическим параметрам (пол, возраст, место проживания), а также задать частоту рекламного сообщения на уникального пользователя
- Размещая рекламу на тематических проектах, например, таких как Авто@Mail.Ru, Недвижимость@Mail.Ru и Леди@Mail.ru охватить пользователей, объединенных общими интересами





@mail.ru®

Медийная реклама сегодня

Размещение графических и тексто-графических форматов на порталах

Нестандартные виды рекламы

Поиск в Интернете Например: самый лучший фильм

Интернет | Люди **new** | Картинки | Видео | Ответы | Работа | Товары | Софт | Словари | Карты

iPhone 3G
Уже в продаже. С 3.10.08 в любом офисе продаж МегаФона.

Новости | Авто | Афиша | Hi-tech | Леди

Заминфина РФ опроверг слухи о девальвации рубля

- Кудрин назвал цену на нефть в 2009 году
- В РФ могут запретить GPS на гостранспорте
- Сторчак освобожден под подписку о невыезде
- Коммуналка подорожает по максимуму
- Грузинские власти выселяют из страны чеченцев
- Октябрьская погода в России ставит рекорды по аномалиям
- 10 признаков, что вас скоро уволят

Москва. 21 октября

по ТВ в кино

+10°
вечером: +5°
завтра: +9°

26.4417 ↑
35.0881 ↓

16:10 Давай поженемся

все каналы

Видео: ролики к новым фильмам

Берсерк.Mail.ru!
Мир, в котором смелый воин может стать

Видео-баннеры

Международный КОНКУРС ДЕЛОВОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

АВТО@mail.ru

Спонсор портала МЕЖДУНАРОДНЫЙ МОСКОВСКИЙ БАНК

«Руссо-Балт» представил свое новое чудо

В Италии на автомобильном фестивале на берегу озера Комо состоялось чрезвычайно важное для российского автопрома событие – там прошла официальная презентация автомобиля возрожденной марки «Руссо-Балт»...

Автоновости

«Lada – улучшать надо!

Чем ближе к лету, тем больше владельцы ВАЗов думают об усовершенствовании своих машин. Наблюдениями делится Олег Данилов, владелец технико-мастерской...

ВИДЕО@mail.ru

В КИНО С 26 ФЕВРАЛЯ

Загрузить ролик

Конкурсы

- Вместе по жизни!
- Закончилось!
- Танцуют все!

Интересная работа, высокая зарплата!

Смотреть видеоклипы

Афиша@mail.ru

Новости шоу бизнеса

Muse - Knights Of Cydonia [Live from Wembley 07]

Рейтинг 118



@mail.ru®

Пример имиджевой рекламной кампании

Настройки:

1. Место размещения – тематические проекты
2. Тип размещения - динамика
3. Формат баннера – видео-баннер, без ссылки на сайт

The screenshot shows the homepage of the horoscope website 'гороскопы@mail.ru'. A banner for Calsonit detergent is prominently displayed in the top right corner, circled in red. The banner features a blue and white detergent box with the text 'Calsonit' and 'Гороскоп действует'. The website layout includes a navigation bar with links like 'Новости', 'Афиша', and 'Гороскопы'. Below the navigation bar, there are sections for 'Зодиакальный гороскоп' with icons for different signs, 'Все гороскопы о вас', and 'Гороскоп для всех знаков Зодиака'. A search bar and a 'Войти' button are visible on the left side.

Достигнуты следующие цели:

1. Значительный охват - от 2 до 4 миллионов уникальных пользователей
2. Количество контактов - 4-6 показов пользователю
3. Количество показов – 12-24 миллионов в неделю





Настройки

1. **Место размещения** – внутренние страницы ПОЧТЫ
2. **Тип размещения** - динамика
3. **Период** – две недели
4. **Формат баннера** – двойной формат (240x400+760x90)

Достигнуты цели:

1. Большой охват целевой аудитории
2. Количество контактов 1 показ уникальному пользователю в день
3. Доступная стоимость 1000 контактов

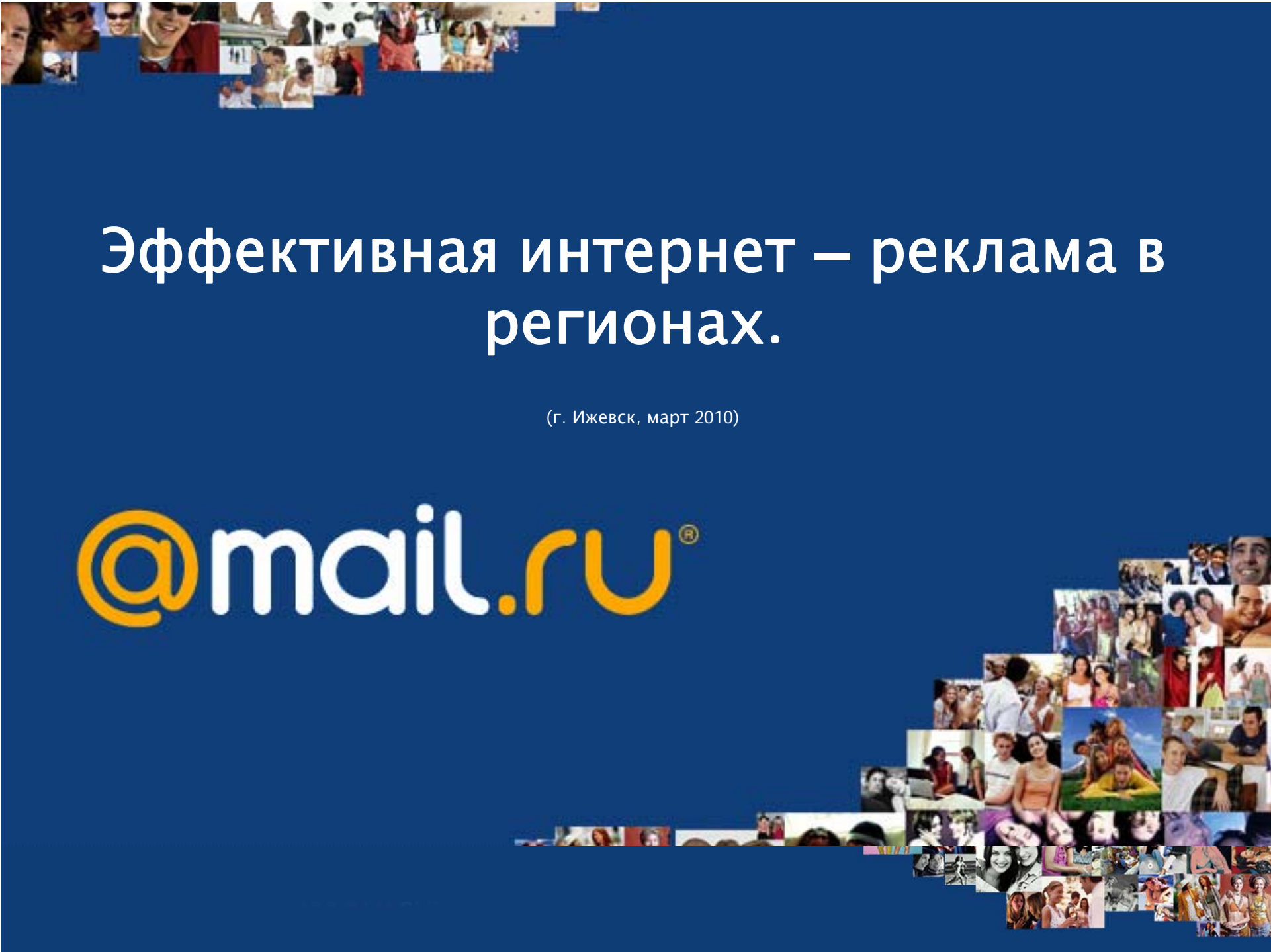
Плюсы:

1. Используются все баннеры на странице
2. Большой размер баннеров

The screenshot shows the Mail.ru web interface. At the top, there's a navigation bar with the @mail.ru logo and user information. Below it, a 'Почта' (Mail) section displays a list of folders and their contents. The main area shows an 'Входящие' (Inbox) list with columns for 'Автор' (Author), 'Тема' (Subject), 'Дата' (Date), and 'Размер' (Size). A banner for 'Черника Форте' is visible in the left sidebar area of the inbox view.

Автор	Тема	Дата	Размер
Блоги@Mail.Ru	Новая запись в сообществе "СМР"	11:08	5 Кб
"mirtesen.ru"	Танечка Новикова: приглашаю в группу "СТАРЫЙ ОСКОП" на MirTesen.ru	10:30	2 Кб
"Светлана"	"Париж, я люблю тебя" - ПРИГЛАШЕНИЕ	08 Apr	7 Кб
"Знакомства@Mail.Ru"	Знакомства@Mail.Ru: подтверждение e-mail адреса	07 Apr	2 Кб
"Odnoklassniki.ru"	Odnoklassniki.ru : у Вас новое сообщение	07 Apr	3 Кб
Корзина Надежда	Скрин Эвалар	03 Apr	82 Кб
Корзина Надежда	скрин	02 Apr	83 Кб
"Odnoklassniki.ru"	Odnoklassniki.ru : у Вас новое сообщение	02 Apr	3 Кб
"Online Monitor"	Online Monitor password reminder	01 Apr	5 Кб
moderator@corp.mail.ru	Ваша работа номинирована на конкурс	01 Apr	2 Кб
"Япопов"	Re: Re[4]: HeadHunter Vacancy	21 Mar	5 Кб
"Япопов"	Re: Re[2]: HeadHunter Vacancy	21 Mar	4 Кб
"Япопов"	Re: HeadHunter Vacancy	21 Mar	10 Кб
"Odnoklassniki.ru"	Odnoklassniki.ru : у Вас новое сообщение	21 Mar	3 Кб
Мой Мир@Mail.Ru	Ольга Пикапова предлагает Вам дружбу!	20 Mar	3 Кб
"Odnoklassniki.ru"	Odnoklassniki.ru : у Вас новое сообщение	20 Mar	3 Кб
Ольга Пикапова	Я	20 Mar	1 Кб
"OZON.ru"	Новинки DVD по 99 рублей	18 Mar	18 Кб
Relay-FM	Получены новые радиостанции	11 Mar	2 Кб

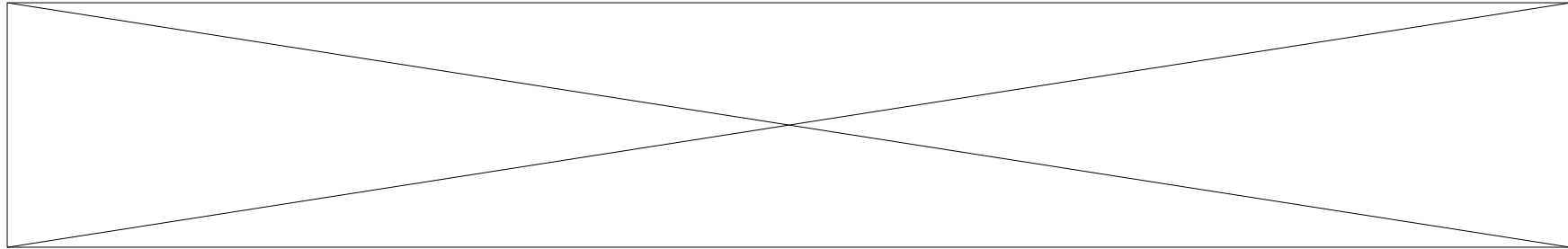




Эффективная интернет – реклама в регионах.

(г. Ижевск, март 2010)

@mail.ru®

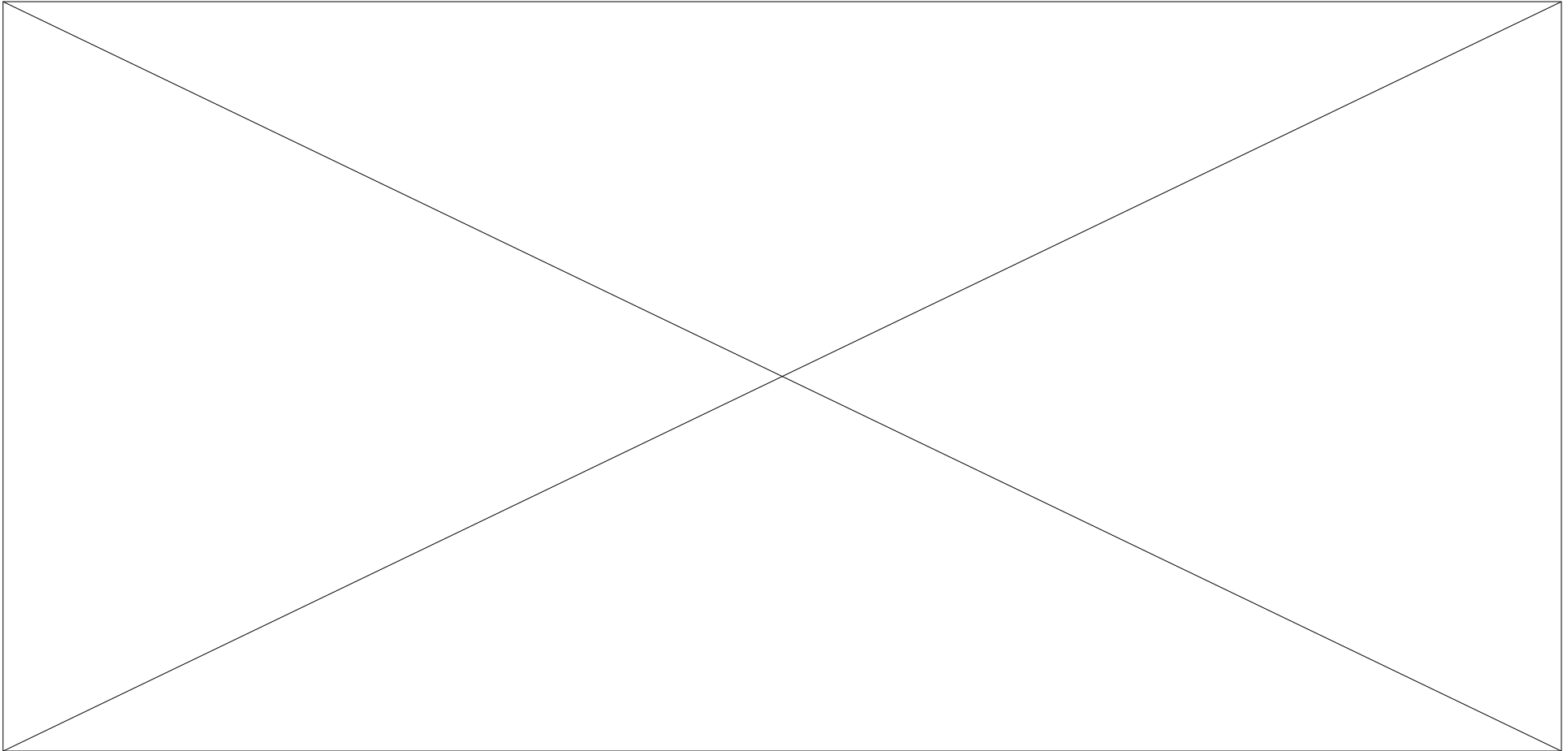


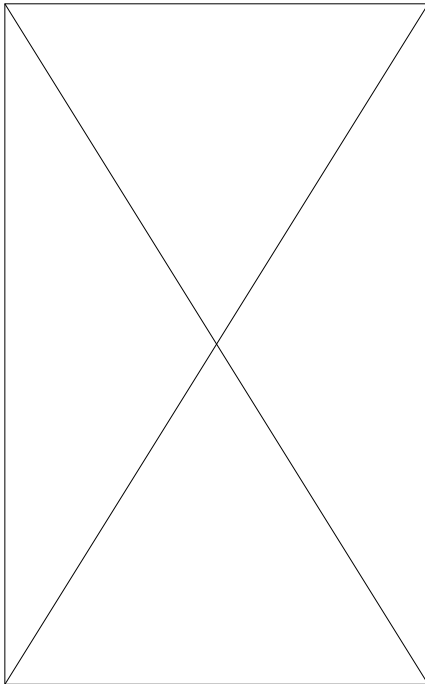
- *Баннер не должен быть перегружен словами, цветами. Для большого количества слов есть сайт, куда будет вести баннер;*
- *Хронометраж баннера не должен быть слишком длинным, достаточно 3-4 слайдов.*





@mail.ru®





- 3 в 1;
- Содержание баннера должно соответствовать содержанию РК;
- Поставлены разные задачи: имидж и продажи





@mail.ru®

Имиджевая РК:

- Большой охват аудитории;
- Большая частота;
- Яркие, цепляющие взгляд образы

Инструменты: медийная реклама, PR, нестандартные методы, брендрование проектов.

Критерии эффективности: запоминание рекламируемой идеи, марки или бренда

The screenshot displays the @mail.ru website layout. On the left, there's a navigation menu with categories like 'Мой мир', 'Почта', 'Агент', 'Игры', 'Знакомства', 'Блоги', 'Сороскопы', 'Новости', 'Фото', 'Авто', 'Работа', 'Путешествия', 'Люди', 'Дети', 'Недвижимость', 'Видео', 'Статьи', 'Погода', 'Расклады', 'Афиша', 'Мобайл', 'Софт', 'Отвety', 'Деньги', 'Здоровье', and 'Товары'. The main content area includes a search bar, a 'Сейчас ищут' section with trending topics, a 'Новости' section with headlines, a 'Самара' weather widget, a 'Каталог сайтов', and a 'Знакомства в Самаре' section. A large advertisement for Sberbank is prominently displayed, featuring a couple and the slogan 'Сбербанк. Всегда рядом'. The footer contains copyright information and navigation links.





@mail.ru®

Пример продуктовой кампании

Настройки:

1. Место размещения – внутренние страницы Почты
2. Тип размещения - динамика
3. Период – 2 недели
4. Формат баннера – 240x400

Достигнуты следующие цели:

1. Широкий охват целевой аудитории
2. Количество контактов - 3 показа в сутки
3. Большое количество переходов
4. Высокий CTR – 0,21- 0,35 %
5. Доступная стоимость клика

Настоящий семейный отдых

тел. 379-23-33.ru

Крылья®

От	Тема	Дата	Размер
Мой Мир@Mail.Ru	Действия Ваших друзей за 27 ноября	00:09	3 Кб
Мой Мир@Mail.Ru	Действия Ваших друзей за 26 ноября	27 Ноя	3 Кб
Мой Мир@Mail.Ru	Валерик Канганов приглашает Вас в сообщество	25 Ноя	2 Кб
Блоги@Mail.Ru	Поздравляем с днем рождения Блогов@Mail.Ru	25 Ноя	3 Кб
Мой Мир@Mail.Ru	Действия Ваших друзей за 24 ноября	25 Ноя	3 Кб
Мой Мир@Mail.Ru	Кажется, мы нашли Вашу коллегу - Кира Кузьменко	24 Ноя	3 Кб
Мой Мир@Mail.Ru	Кажется, мы нашли Вашу коллегу - Юрина Марина	23 Ноя	3 Кб
Мой Мир@Mail.Ru	Действия Ваших друзей за 21 ноября	22 Ноя	3 Кб
Мой Мир@Mail.Ru	Действия Ваших друзей за 20 ноября	21 Ноя	3 Кб
Мой Мир@Mail.Ru	Действия Ваших друзей за 19 ноября	20 Ноя	4 Кб
Мой Мир@Mail.Ru	Действия Ваших друзей за 18 ноября	19 Ноя	3 Кб
Мой Мир@Mail.Ru	Действия Ваших друзей за 17 ноября	18 Ноя	4 Кб
Мой Мир@Mail.Ru	Действия Ваших друзей за 16 ноября	17 Ноя	4 Кб
Мой Мир@Mail.Ru	Действия Ваших друзей за 15 ноября	16 Ноя	3 Кб
Igor Nikitin	Мы с Давидом (продолжение)	15 Ноя	8711 Кб
Igor Nikitin	Мы с Давидом	15 Ноя	14120 Кб
Мой Мир@Mail.Ru	Действия Ваших друзей за 14 ноября	15 Ноя	3 Кб
Мой Мир@Mail.Ru	Действия Ваших друзей за 13 ноября	14 Ноя	4 Кб
Мой Мир@Mail.Ru	Кажется, мы нашли Вашу коллегу - Мария Тория	13 Ноя	3 Кб

Использованы таргетинги:

1. Возрастной от 25 лет
2. Геотаргетинг
3. Ограничение по показам





@mail.ru®

Пример торговой рекламной кампании

Настройки:

1. Место размещения – внутренние страницы Почты + главная страница портала, с чередованием 2 недели
2. Тип размещения - динамика
3. Период – 3 месяца
4. Формат баннера - 300x300 и 760x90

Достигнуты следующие цели:

1. Широкий охват целевой аудитории
2. Количество контактов - 3 показа в сутки
3. Большое количество переходов

The screenshot shows the @mail.ru homepage with a search bar at the top. Below the search bar, there are several news items and a large advertisement for an English language center. The advertisement is highlighted with a red border and contains the following text: "АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК С ПРЕПОДАВАТЕЛЯМИ ИЗ ВЕЛИКОБРИТАНИИ И США. В САМАРЕ Тел.: 2-703-700, 2-703-573 В ТОЛЬЯТТИ Тел.: 31-30-67, 20-25-13 МЫ УЧИМ РАЗГОВАРИВАТЬ!". The website also displays a weather forecast for Moscow on February 26th, showing a temperature of -2°C.

Использованы таргетинги:

1. Геотаргетинг
2. Ограничение по показам
3. Дни недели, время выхода РК.





Пример рекламной кампании ориентированной на продажи

Настройки:

1. Место размещения – внутренние страницы Почты
2. Тип размещения - динамика
3. Период – 2 недели
4. Формат баннера - 240x400
5. ЦА: 22-45 лет, м + ж

Достигнуты следующие цели:

1. Приток покупателей в период РК
2. Количество контактов 3 показа пользователю в день
3. Высокий CTR – 0,32 – 0,43 %
4. Доступная стоимость 1000 контактов

Удалить	Перенести	Пометить	Вirus-область: empty
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Андрей "Andreev Jones"
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	maxim Suiba
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ольга Осипова
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Конюхов Алексей
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Зайцева Екатерина
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Зайцева Екатерина
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Вышлов Сергей
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Вышлов Сергей
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Вышлов Сергей
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Козачный Клемент
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Вышлов Сергей
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Конюхов Алексей
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Юлия Прохорова
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Юлия Прохорова
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Павел Иванов
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ольга Осипова
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ольга Осипова
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	"Leonid S. Nikolayev"
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Однина Лариса
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Козачный Клемент
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Однина Лариса
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Комиссарова Валерия
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Татьяна Колодина
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Кузьменко Кира
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Юлия Прохорова

Использованы таргетинги:

1. Геотаргетинг
2. Ограничение по показам
3. Дни недели, время выхода РК.
4. Таргетинг по возрасту





@mail.ru®

Пример рекламной кампании ориентированной на продажи

Настройки:

1. Место размещения – внутренние страницы Почты
2. Тип размещения - динамика
3. Период – 16 дней
4. Формат баннера – 240x400
5. ЦА: м+ ж, 18+

Достигнуты следующие цели:

1. Приток покупателей в период РК
2. Количество контактов 4 показа пользователю в день
3. CTR – 0,08 – 0,15%

Почта | Адрес | Мой мир | Файлы | Фото | Видео | Блоги | Игры | Знакомства | Дни | Личные | Выход

Письмо [« пред » | « след »]

От кого: Екатерина Бочарова <design@plusmedia.ru> в адресной книге • в чёрный список • в фильтры

Кому: sataraga@corp.mail.ru

Дата: 15 Фев 2010 12:59:20

Тема: баннер 240x400

Прикрепленные файлы: 240x400.swf (application/x-shockwave-flash, 52K)
Скачать | Удалить

Вы просили мы продлили
только до 15 ноября

Подробнее по телефону: 269-97-69

Акция действует на зимние шины igrac. Количество товара ограничено.

Ищем в Самаре
Адрес и телефоны магазинов и бутиков города lady.sataraga24.ru - Самара

Использованы таргетинги:

1. Возрастной от 18 лет
2. Геотаргетинг
3. Ограничение по показам
4. Временной – с 8 утра





@mail.ru®

Пример рекламной кампании ориентированной на продажи

Настройки:

1. Место размещения – внутренние страницы Почты
2. Тип размещения - динамика
3. Период – 17 дней (неделя через неделю)
4. Формат баннера – 240x400
5. ЦА: мужчины, 20-45 лет

Достигнуты следующие цели:

1. Приток покупателей в период РК
2. Количество контактов 3 показа пользователю за весь период РК
3. Высокий CTR – 0,12 – 0,24%

ТОЛЬКО В ОКТЯБРЕ
МИР КОЛЕС
(846) 979-68-60
каждому покупателю комплект шин в подарок!

Использованы таргетинги:

1. Возраст, пол
2. Геотаргетинг
3. Ограничение по показам
4. Дни недели, время с 9 утра





Бюджет бывает разным:





@mail.ru®

Пример рекламной кампании ориентированной на продажи

Настройки:

1. Место размещения – внутренние страницы Почты
2. Тип размещения - динамика
3. Период – 2 недели
4. Формат баннера – 240x400
5. ЦА: мженщины, 30-45 лет
6. Бюджет РК : 5000 рубле й с учетом НДС.

Достигнуты следующие цели:

1. Приток покупателей в период РК
2. Количество контактов 3 показа пользователю за весь период РК
3. Высокий CTR – 0,43– 0,51%

Почта | Адреса | Мой мир | Фото | Видео | Блоги | Игры | Электронка | Делать | Личный кабинет | Выход

Письмо [« пред · след »]

От кого: Екатерина Божарёва <design@plusmedia.ru> в адресную книгу · в белый список · в фильтры

Кому: zatarata@corp.mail.ru

Дата: 15 Фев 2010 12:59:20

Тема: баннер 240x400

Прикрепленные данные: 240x400_аним (application/x-shockwave-flash, 52K)

Ответ

Перенести в Советельные | Делить | Включить | Это слани

« Предыдущее письмо · Следующее письмо »

Новый Агент 5.5

Реклама в Самаре

КОСМЕТИКА МЭРИ КЭЙ в Самаре

Адрес и телефоны магазина и бутиков города: lady.samara24.ru - Самара

Использованы таргетинги:

1. Возраст, пол
2. Геотаргетинг
3. Ограничение по показам
4. Дни недели, время с 9 утра





Пример рекламной кампании ориентированной на продажи

Настройки:

1. Место размещения – внутренние страницы Почты
2. Тип размещения - динамика
3. Период – 2 недели июль - август
4. Формат баннера – 240x400+100%x90
5. ЦА: мужчины, 30-50 лет
6. Время выхода : с 13 часов Мск

Достигнуты следующие цели:

1. Приток покупателей в период РК
2. Количество контактов 4 показа пользователю в сутки
3. Высокий CTR – 0,31– 1.45%
4. Количество посетителей клуба с билетом :
- До РК на mail.ru, июнь: 12,
В период РК на mail.ru июль : 28 август 37, сентябрь



Использованы таргетинги:

1. Возраст, пол
2. Геотаргетинг
3. Ограничение по показам
4. Дни недели, время выхода





@mail.ru®

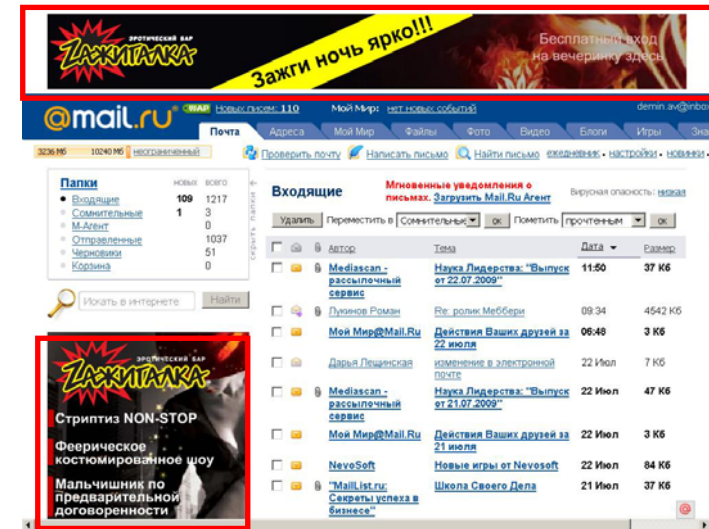
Пример рекламной кампании ориентированной на продажи

Настройки:

1. Место размещения – внутренние страницы Почты
2. Тип размещения - динамика
3. Период – февраль, март
4. Формат баннера – 240x400+100%x90
5. ЦА: мужчины, 30-50 лет
6. Время выхода : с 13 часов Мск

Достигнуты следующие цели:

1. Приток покупателей в период РК
2. Количество контактов 4 показа пользователю в сутки
3. Высокий CTR 0,31 1.45%
4. Количество посетителей клуба с билетом :
 - РК не было в ноябре – 40, декабре, - 30, январе 18
 - В период РК на mail.ru февраль 11, март. - принято решение вести данную РК по всем филиалам клуба (порядка 20 городов) , централизованно.



Использованы таргетинги:

1. Возраст, пол
2. Геотаргетинг
3. Ограничение по показам
4. Дни недели, время выхода





Оценка эффективности РК

	Имиджевая	Продуктовая	Торговая
•			
Что продвигает	Торговую марку	Продукт/ услугу	Конкретного продавца
Что делает ОРС покупки	Формирует отношение	Информирует	Определяет место
Чем оперирует УТП	Атрибуты торговой марки	Характеристики продукта	Условиями покупки
Целевая аудитория	Потенциально может купить	Хочет купить	Покупает сейчас
Коммуникация	На баннере	На баннере + сайт	На сайте
Период оценки	1-3 года	0,5 – 1 год	1-3 месяца





@mail.ru®

От чего зависит эффективность РК?

1. Состояние рынка - (спрос /предложение)
2. УПТ – (уникальность торгового предложения)
3. Определение целевой аудитории
4. Выбор рекламной площадки
5. ОРС – (основное рекламное сообщение)
6. Баннер (способ подачи информации)
7. Сайт клиента!





Ваши вопросы? ;)

Лилия Зиладинова

Самара

Ул. Стара Загоры, 27

тел: +7 (846) 932-21-77

e-mail: ziladinova@corp.mail.ru

@mail.ru®