



Нестандарты и креатив в интернет-рекламе

Май 2010

Что мы называем нестандартной рекламой?

Все что выходит за рамки официального прайс-листа и не является баннерным или контекстным размещениями

Нестандартные позиции

- PR-инструменты (статьи, опросы, конкурсы, консультации)
- Имиджевые размещения (спонсирование контента сайта)
- Трафикообразующие размещения (закладки)
- Полноэкранные заставки и баннеры с расхлопом

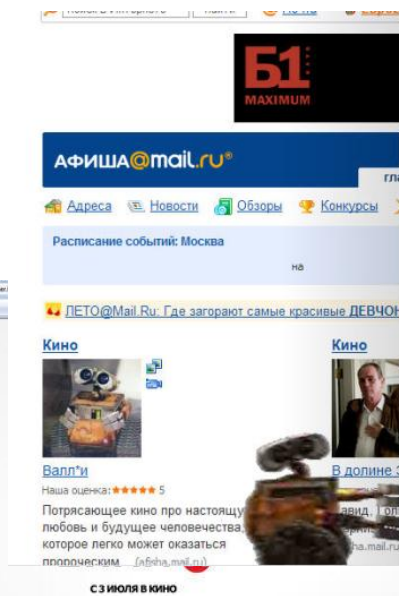
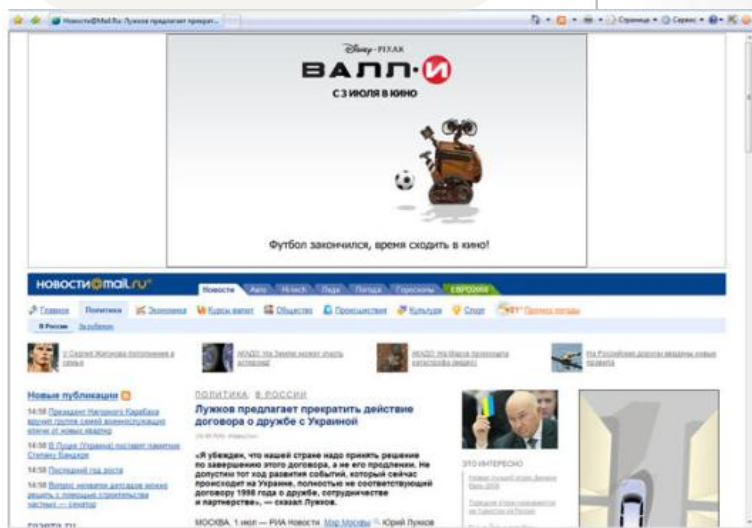
Специальные проекты

Совокупность различных инструментов нестандартной рекламы, объединенных общей идеей, целью и задачей рекламной кампании

- Контент-проекты
- Сезонные проекты
- Видео-каналы

Rich-media – первые нестандартные формы рекламы в Рунете

«+» Формат rich-media позволяет достигать высокой эффективности (CTR) при рекламном контакте с посетителем сайта



«-» Формат может вызывать раздражение некоторых пользователей, даже с настройкой по частоте

Mail.Ru не допускает размещение полноэкранной заставки с частотой более 1 за кампанию

Когда мы рекомендуем использовать нестандартный подход?

- **Имиджевые кампании**

Одним из ключевых элементов имиджевой кампании является длительная коммуникация с пользователем на проекте - именно тут формируется отношение к бренду. Длительная коммуникация возможна, например, в случае спонсорства: пользователь просматривает большое количество страниц, постоянно коммуницируя с брендом;

- **Реклама конкурентов**

В тех сегментах рынка, где конкуренция за потребителя особенно высока, зачастую единственный способ выделиться из общего ряда – яркая идея и ее воплощение, которые привлекут внимание пользователя;

- **Занятость стандартных мест**

Сезонные пики рекламной активности, большая востребованность определенных разделов, а также вызванные требованиями к юзабилити сайта ограничения на кол-во баннеров на странице, рекламных мест бывает меньше, чем желающих рекламироваться. В такой ситуации рекламные площадки предлагают клиентам нестандартные варианты рекламного присутствия.

PR-функционал: статьи

АФИША@mail.ru®

главная кино клубы концерты театр вы

Адреса Новости Обзоры Конкурсы Фитнес Wi-Fi Фоторепортажи Рестораны

кино музыка театр арт ТВ все о звездах

Расписание событий

кино на сегодня

Поиск по сайту

Уникальное шоу "Вертикальн
3 Октября 2007, Ср 19:49

Шоу "Вертикальный" подиум (Vertical S
в представление добавляются элемент

Знаменитым высотным артистам покор

Комментарии

Написать комментарий

новости@mail.ru®

Новости Авто Леди Погода Гороскопы

Главное Политика Экономика Общество Происшествия Культура Спорт

Кино Театр Музыка Шоу

Новые публикации RSS

- 14:06 Инвесторы выстроились в очередь за улучшениями
- 14:06 Оппозиция требует от Саакашвили

Операция убьет Абдулова

Не плачь, мама

@mail.ru®

национальная почтовая служба

Сделать стартовой Мобильная почта

почта агент

Регистрация в почте

Имя korobeynikova @corp.mai

Пароль

Забули?

Чужой компьютер Войти

Мой мир Агент Фото Знакомства

- Блоги
- Гороскопы
- Новости
- Игры
- Авто
- Карты new
- Работа
- Путешествия
- Леди
- Дети
- Недвижимость
- Видео
- Открытки
- Погода
- Рассылки
- Афиша
- Мобайл
- Софт
- Ответы
- Чаты
- Шоубиз
- Товары

Поиск в Интернете

Например: обитаемый остров

Интернет Люди Картинки Видео Ответы Работа Товары Софт Словари

Не работает ICQ и QIP?

Установи Mail.Ru Агент 5.3 с ICQ! Скачать »

Новости Авто Афиша Hi-tech Леди

Обае сообщили о распространении российских «смертоносных систем ПВО»

- Доллар и евро пытаются вернуть свои позиции
- Роструд: резкого увеличения числа безработных не будет
- Грузия объявила форс-мажор в отношениях с Россией
- Астрономы нашли близнеца Земли
- Заказное убийство бизнесмена в Москве: подробности
- В Москве исчезнут «зебры»
- Снимать квартиру в Москве стало дешевле

Москва. 22 января

по ТВ в кино

14:20 Понять. Простить.

все каналы

Расхлоп

 Поиск в Интернете [Найти](#)  Почта  Агент  Открытки  Анекдоты  Знакомства  Гороскопы  Фото  Товары [Все проекты](#)



леди@mail.ru®

Новости

Авто

Леди

Погода

Гороскопы

-  [Любовь и секс](#)
-  [Красота и здоровье](#)
-  [Мода](#)
-  [Деньги и карьера](#)
-  [Кулинария](#)
-  [Знаменитости](#)
-  [Автоледи](#)
-  [Дети](#)

Новости



[Обезьяну уравниют в правах с человеком](#)



[ЦУМ поплатился за свою скандальную рекламу](#)

Самое интересное



[Брак по расчёту... по-мужски](#)



[Спонтанный секс - радость или бедствие?](#)

Он и Она

WMJ.Ru

Вход закрыт: целомудрие под замком



Ученые изобрели трусики, позволяющие следить за их обладательницей.

[Не...далее »](#)

Не хмурься, красавица!



Фуллскрин



СПЕЦИАЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

A silver Renault sedan is shown from a front-three-quarter view. A large, wrapped gift box with a yellow and orange striped pattern and a red ribbon bow is positioned behind the car's rear window.

КОМФОРТ В ПОДАРОК ОТ RENAULT

СУПЕРБОНУС до **120 000** РУБЛЕЙ
НА МОДЕЛЬНЫЙ РЯД RENAULT

[УЗНАТЬ ПОДРОБНЕЕ](#)

До возврата на сайт осталось 4 секунд

[ПРОПУСТИТЬ ЗАСТАВКУ](#)

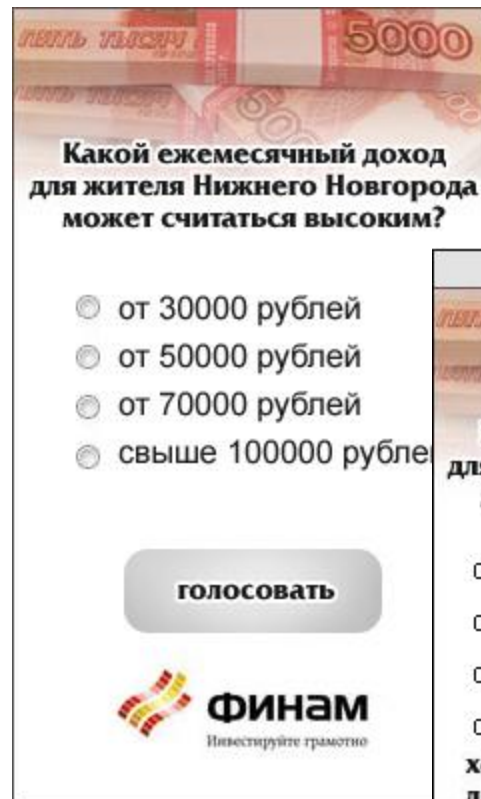
PR-функционал: опрос для Финам

Настройки:

1. **Место размещения** – внутренние страницы Почты
2. **Тип размещения** - динамика
3. **Период** – 2 недели
4. **Формат баннера** – 240x400
5. **Таргетинг** – возраст 22-50 лет

Достигнуты следующие результаты

1. **Количество ответов** – 3 000
2. **Оплата за результат** – ответ



Спонсорство раздела Новости@Mail.Ru

Спонсорство раздела Погода@Mail.Ru

Закладка в навигации Игры@Mail.ru



Фотоконкурс для Adobe

Цель:

1. Привлечь к пользованию лицензионным продуктом фотохудожников и дизайнеров

Реализация:

1. Место размещения – Фото@Mail.Ru
2. Период – 2 недели
3. Таргетинг – география: Екатеринбург и область

Достигнуты следующие результаты:

1. Количество присланных фоторабот – 305
2. Количество участников – 250
3. Количество победителей - 8



Специальный проект: ТМ Olay «Секреты красоты»

Цель:

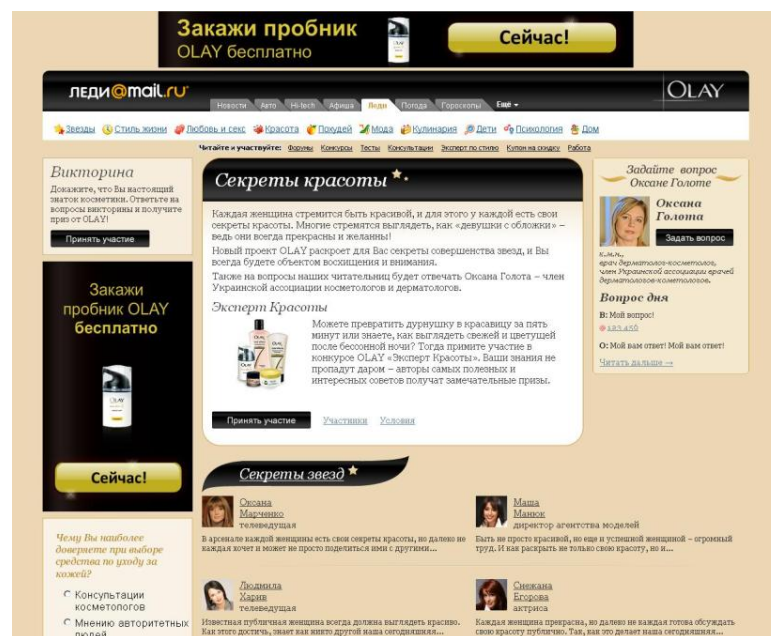
1. Построить коммуникацию с ЦА посредством Интернет
2. Собрать новую лояльную ЦА
3. Увеличить осведомленность о бренде

Аудитория:

Ядро целевой аудитории: молодые женщины (20-30 лет), которые хотят хорошо выглядеть, но при этом не тратить на это много времени и денег

Реализация :

1. **Место размещения** – создание специального раздела <http://lady.mail.ru/olay/>
2. **Таргетинг** – Украина
3. **Период** – 1 месяц



Анонсирование проекта: ТМ Olay «Секреты красоты»

ссылка меню поднавигации в разделе "Красота" (подраздел "Секреты красоты")

закладка на проекте [Мой мир@Mail.ru](#), таргетированная на Украину

баннеры, анонсирующие спецпроект на [Мой Мир@Mail.ru](#) и на внутренних страницах почты с таргетингом на ЦА проекта

Состав проекта: ТМ Olay «Секреты красоты»

Контент модуль: Секреты красоты от четырех украинских звезд были представлены в форме эксклюзивных интервью с каждой из звезд. Пользователи активно комментировали статьи

Интерактивный модуль: задайте вопрос эксперту-косметологу. Каждый день выбирался «Вопрос дня», ответ на который публиковался в данном разделе и выводился на главную страницу спецпроекта

Викторина: Проведение викторины преследовало цель не только проинформировать пользователей, но и подчеркнуть интеллектуальный имидж бренда Olay. В качестве вознаграждения приз – набор косметики Olay, который был разыгран по окончании проекта

Секреты звезд ★

Снежана Егорова
актриса

Каждая женщина прекрасна, но далеко не каждая готова обсуждать свою красоту публично. Так, как это делает наша гостевая звезда Снежана Егорова. Яркая женщина, красота которой не вызывает сомнений, любящая мужа и маму, популярная актриса театра и кино, телеведущая. После окончания Киевского театрального института им. Карпенко-Карого много лет играла в Киевском Театре драмы и комедии на Левом берегу. Ведущая и участница популярного телевизионного шоу. Замужем за актером и телеведущим Антоном Мухарским. Воспитывает троих детей, в данный момент ожидает четвертого малыша.

Оксана Марченко
телеведущая

Маша Манок
директор агентства моделей

Людмила Хария
телеведущая

Снежана Егорова
актриса

Консультация ★

Оксана Голота
к.м.н., врач дерматолог-косметолог, старший научный сотрудник Института косметологии

Каждый день Оксана Голота будет выбирать самый интересный вопрос дня и давать ответ на него!

[Задать вопрос](#)

Вопрос

Алла

Уважаемая, Оксана. Мне 27 лет и уже на "проблемная" кожа: расширенные поры, Благородно за ответ.

Ответ

Алла, добрый день! В вашем случае я бы Total Effects. Кожа смешанного типа, "проблемная" кожа: расширенные поры, Благородно за ответ.

Викторина ★

Можно ли жить с косметикой? Для этого нужно быть настоящим экспертом, ведь приобрести и различать «косметические» средства женщины начали за три тысячи лет до нашей эры! Однако, может быть, именно Вы достойны носить звание знатока косметики – доказав это, ответив на несложные вопросы нашей викторины, не упустите свой шанс получить один из трех наборов косметики Olay. Также каждый участник викторины может получить пробник крема Olay, заказав его на сайте www.olay.ua

[Поздравляем победителей](#)

Правильные ответы.

В Англии в XVIII веке только очень смелые женщины могли решиться пользоваться косметикой – слишком суровым было наказание за этот «проступок». Какая кара ждала провинившихся?

Развод

Первыми начали использовать косметику жители южных стран – Египта, Персии, Индии. С чем это связано?

Влажные блестящие губы были мечтой многих красавиц в течение нескольких веков. Для достижения этого эффекта использовались разнообразные средства. Кто и когда изобрел блеск для губ в его современном виде?

Макс Фактор в 1932 г.

Богатые жительницы Древнего Рима имели рабынь, основной обязанностью которых было украшение лица и тела их госпожи. Как называли таких рабынь?

Косметы

В эпоху Людовика XVI чрезвычайно модными были мужчины – фальшивые родинки из шелковой ткани. Мужика над губой символизировала кокетство, на лбу – величественность. А где следовало поместить мужику, чтобы подчеркнуть свою страстность?

В угол глаза

«Испанская бумага» позволяла красавицам XVII и последующих веков обновлять макияж в любом месте, где они считали это необходимым, и делать это без помощи прислуги. А какое средство заменяло «испанскую бумагу» сейчас?

Компактная пудра

Плюсы и минусы нестандартной рекламы

Сильные стороны:

- Привлекают внимания больше, чем стандартные размещения
- Часто инициируют создание востребованного пользователями контента
- «The media is the message» - эффект сообщения усиливается за счет свойств самого носителя
- «Достают» аудиторию там, где стандартные подходы не эффективны или уже не работают

Слабые стороны:

- Сложно планировать и прогнозировать рекламный эффект
- Сложно измерить воздействие на аудиторию
- Многие компании не готовы к экспериментам
- Многие идеи можно воплотить в жизнь всего один раз – дальше нужно придумывать что-то новое



Зиладинова Лилия

менеджер филиала Mail.ru в Самаре

ziladinova@corp.mail.ru

@mail.ru®

