## Лекція 5. Медійне просування.

### План

* 1. Банери, тизери - подібності та відмінності
  2. Принципові відмінності в трансляції банера та тизера
  3. Біржі та движки систем банерообміну і покупки трафіку
  4. Оптимальні бюджети просування, оцінка ефективності компанії та результатів

### Банери, тизери - подібності та відмінності

***Банери*** – закінчені графічні модулі, зазвичай двох форматів по стандартам, заданим ринком. Зображення JPG, легка анімація GIF або прогресивна анімація Flash, HTML 5.

Популярні формати: 240400, 46860, 72860/90, 100%60/90.

***Тізери*** – контекстно-медійні оголошення, які містять як текстову частину (контекстне оголошення), так і медійну частину (переважно невелика картинка).

У наявності текстової частини основна відмінність тизера від банера.

***Банерні мережі*** – сукупність сайтів і місць розміщення банерів, здійснюваний через єдиний інтерфейс управління і аналітики.

Банерні мережі (наймасовіші і якісні):

 RLE.ru (інші в категорії QLE.ru - TBN.ru- UBN)

 adriver.ru (найкрутіший за обсягом)

 soloway.ru (комерційні мережі)

 kavanga.ru (комерційні мережі) та інші

 Google Adwords (вебмастера Adsense)

***Комерційні банерні мережі*** – працюють не тільки на обмін відвідувачами, а й на комерційній основі на правах викупу показів-кліків конкретного місця (наприклад, soloway і kavanga)

Є регіональні банерні мережі і банерні мережі із застосуванням нестандартних форматів реклами.

### Принципові відмінності в трансляції банера та тизера

* Банер демонструється по аудиторії замовника, яка вимагалась (таргетинг), але без орієнтації на запити і вимоги потенційного споживача (релевантність). Тизер, як виходець з контекстної реклами, позбавлений цього недоліку.

* Ефективність банера по кількості переходів набагато нижча, але надає кольори і впізнаваність у широкому колі. Тизери цього не забезпечують, але б'ють чітко в ціль по затребуваності вимог замовника до аудиторії.

* Для банера майже критично місце розташування на сайті, для тизера це не так важливо. Найбільш ефективні місця розміщення банерів: верх і середина сторінки.

* Банер вимагає великих фінансових і трудовитрат для його створення і публікації. Тизер можна зробити швидко і він має велику мобільність у створенні.

* Перевага банера перед тизером у тому, що банер діє на емоції, і таким чином, він запам'ятовується користувачеві.

#### Формати взаєморозрахунків контрагентів в мережах показу (банер- тизер)

Найбільш поширена форма оплати на сьогоднішній день в Інтернеті це ***PPC***. ***Pay per click*** (англ. Оплата за клік) – це рекламна модель, яка застосовується в інтернеті, та, у якій рекламодавець розміщує рекламу на сайтах і платить їх власникам за натискання користувачем на розміщений банер (текстовий або графічний). Таким чином рекламодавець наче купує собі клієнтів в інтернеті.

***Системи контекстної реклами***, які є посередниками між рекламодавцями і власниками веб-сайтів називаються СPC-системами. ***CPC*** (від англ. ***Cost per click*** – ціна за клік) – це сума, яку рекламодавець платить пошуковим системам і іншим інтернет видавцям за один клік по його рекламі, який приніс одного користувача на його сайт.

Ціна за клік залежить від багатьох факторів, таких як пошукове слово/фраза, географічне місцезнаходження людини, яка виконує пошук, час доби, в який проводиться пошук тощо.

***CTR*** (синонім – клікабельність, від англ. ***Click-through rate*** – показник клікабельності) – визначається як відношення числа кліків на банер до числа показів, вимірюється у відсотках.

***ROI*** (***Return Of Investments***) – коеффіцієнт повернення інвестицій.

ROI=(Надходження–Витрати) / (Витрати).

### Біржі та движки систем банерообміну і покупки трафіку

#### Движки для обміну банерами та аналізу компаній:

 adriver.ru (сервіс умовно безкоштовний);

 adfox.ru (сервіс умовно безкоштовний).

#### Движки тизерних мереж і обміну (найпопулярніші:)

 partner.directadvert.ru

 adfox.ru;

 teasernet.com;

 medianet.adlabs.ru;

 bodyclick.net;

 www.smi2.net;

 [www.marketgid.com.](http://www.marketgid.com/)

***Різновиди:*** тізерна реклама для товарів ([mixmarket.biz](http://mixmarket.biz/), Яндекс Маркет та

інші)

#### Середній показник CTR

* для банерів 0,1-0,5%,

* для тізерів 1,5-3,5%.

#### Біржі покупки банерних показів

 безпосередньо у банеро-обмінніку;

 www.telefind.ru;

 [www.banstock.com.](http://www.banstock.com/)

***Візьміть до уваги:*** найпоширеніші формати банера (універсальні), які потрібно робити в першу чергу, 46860 і 240400.

### Оптимальні бюджети просування, оцінка ефективності компанії та результатів

Розрахунок бюджету на просування відбувається:

 виходячи з аналітики попередніх кампаній (методом проб і помилок);

 відповідно до орієнтиру комерційних форматів і майданчиків для конкретних видів банерів (наприклад, на ринку середня вартість 1000 показів по таргетингу банера 240400 флеш коштує близько 150-200 грн).

 із використанням калькуляторів онлайн або за допомогою менеджерів рекламних агентств.

*Докладніше*:

Формати сучасної банерної та медійної реклами <https://goo.gl/2kp8VG>