

Интернет-реклама и мобильная реклама – возможности интеграции

Андрей Чернышов, CEO

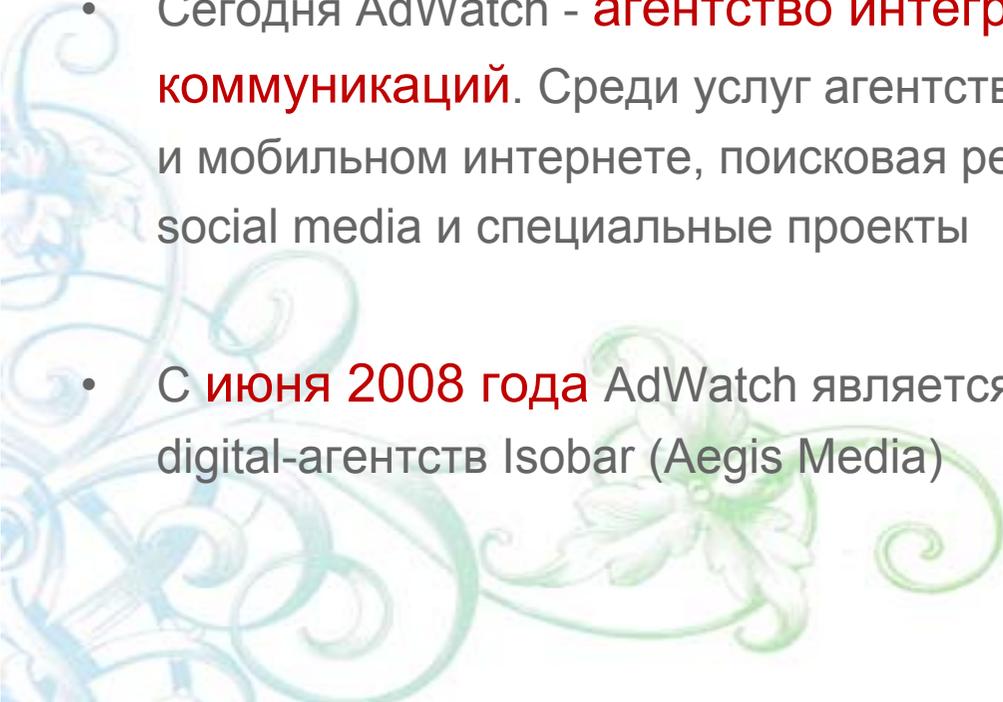
15 октября 2009

AdWatch[®]



AdWatch / Isobar Russia

- Агентство основано в **2000** году как интернет-медиа агентство и компания по развитию технологий интернет-рекламы
- Сегодня AdWatch - **агентство интегрированных digital-коммуникаций**. Среди услуг агентства - медийная реклама в интернете и мобильном интернете, поисковая реклама, креатив и веб-дизайн, PR, social media и специальные проекты
- С **июня 2008 года** AdWatch является частью международной сети digital-агентств Isobar (Aegis Media)



AdWatch®

Isobar – крупнейшая в мире* сеть digital-маркетинга

3500+ сотрудников
108 офисов
39 стран



Специализации Isobar в мире.

Интегрированный подход

Online Media

Search

Social Media

Mobile

Sustainability

Platform / Build

Creative

DIFFINITI.

iProspect.



Marvellous.

clownfish

bluestreak
DIGITAL MARKETING INNOVATION

farfar



Molecular.



Full service

AdWatch

AgênciaClick^g



* По данным исследовательского агентства RECMA, 2008



Ключевые digital-клиенты в России



AdWatch

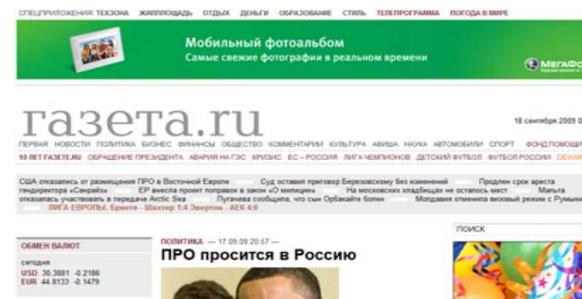
Реклама в интернете и мобильном интернете

- Интернет (дисплейная реклама):
 - Аудитория* = 28,5 млн человек, penetration = 47%
 - Ежегодный прирост аудитории – 15%
 - **Рост, объемы и доля рекламного рынка**:**
 - 2008 год – 32%, 7,8 млрд руб, 2,5% рынка
 - 2009 год - 10%, 8,75 млрд руб, 3,5-5% рынка

- Мобильный интернет (дисплейная реклама):
 - Аудитория*** = 8,3 млн, penetration = 14%
 - Ежегодный прирост аудитории = 25%
 - **Рост, объемы и доля рекламного рынка****:**
 - 2008 год – 100+%, 124 млн руб, менее 0,1%
 - 2009 год – 0-45%, 124-180 млн руб, менее 0,1%

• Источник: TNS Web Index, 12+. Города 100K+, июль 2008 – июль 2009. ** Источник: 2008 - Ассоциация Коммуникационных Агентств России 2009 – экспертная оценка AdWatch. Количество пользователей интернет, использующих мобильные телефоны для выхода в интернет. (Источник: TNS WebIndex, 12+, города 100к+, июль 2009).

**** Источник: [J'Son & Parnters, август 2009](#)



AdWatch

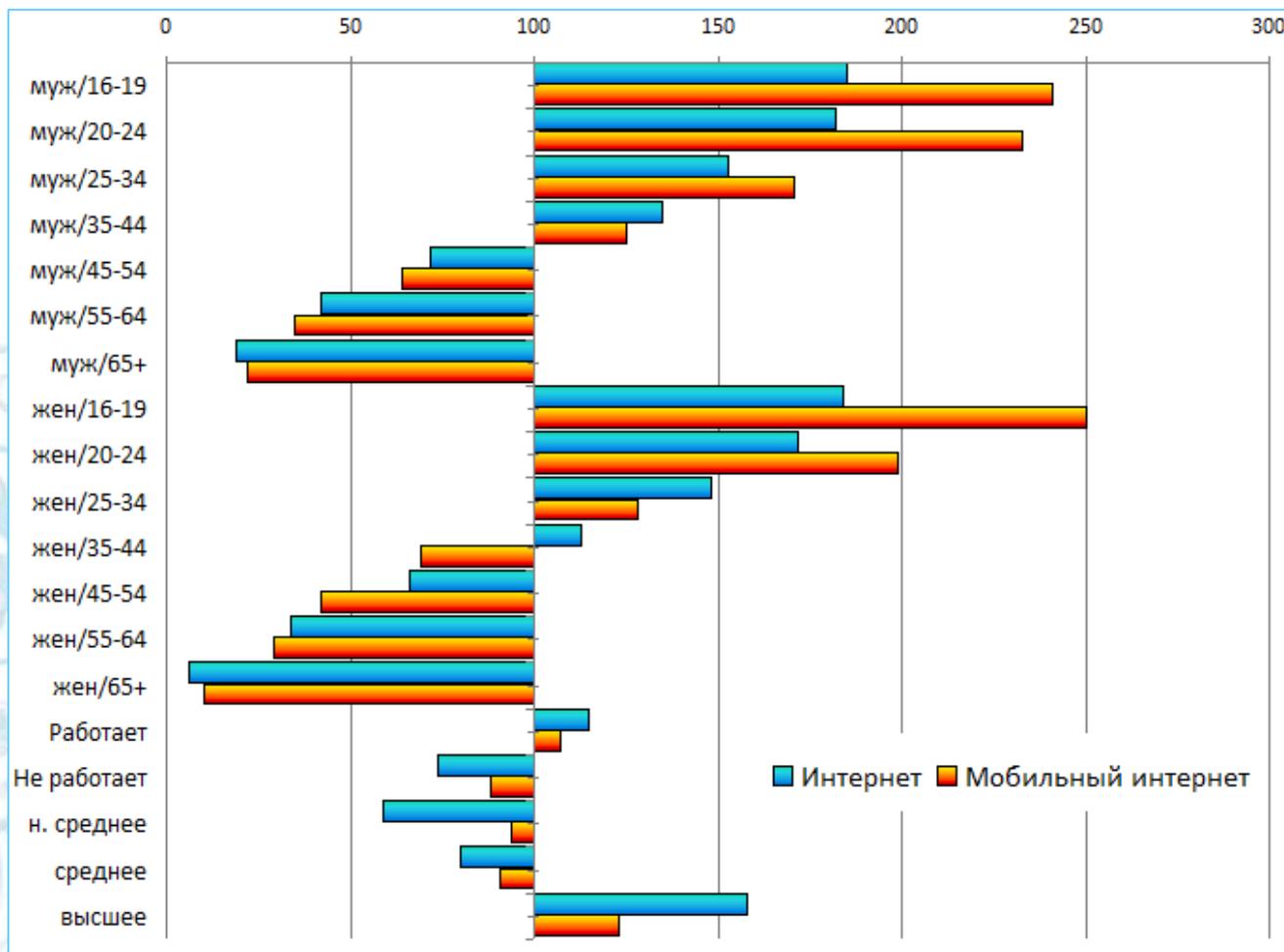
Общие проблемы развития рынков интернет-рекламы и мобильной рекламы

- Доминирование офлайна на рекламном рынке
- Отсутствие у рекламодателей опыта и знаний в digital-маркетинге
- Отсутствие у рекламодателей отдельного бюджета на мобильную рекламу. Есть бюджеты «на интернет-рекламу» или в общем на digital media, из которых оплачивается и интернет и mobile
- Отсутствие комплексных продуктов интернет+mobile
- Параллельность развития рынков интернет-рекламы и мобильной рекламы, несогласованность действий, конкуренция

Интернет и mobile – что мы продаем

	Интернет-реклама	Мобильная реклама
Медийные параметры	Охват, частота, показы	Показы
Рекламоноситель	Баннер, тизер, rich media	Баннер, тизер
Директ-маркетинг	Рассылки - текст, графика	SMS/MMS/ICB - текст, графика
Интерактив	Переход на сайт, заполнение формы	Переход на сайт, click to call
Модель продаж	Время, CPM, CPC, CPA, Click to call	Время, CPM, CPC, CPA, Click to call
Показатель эффективности	Стоимость охвата, CTR/CPC	Стоимость охвата, CTR/CPC
Устройство доступа	Компьютер + монитор	Мобильный телефон

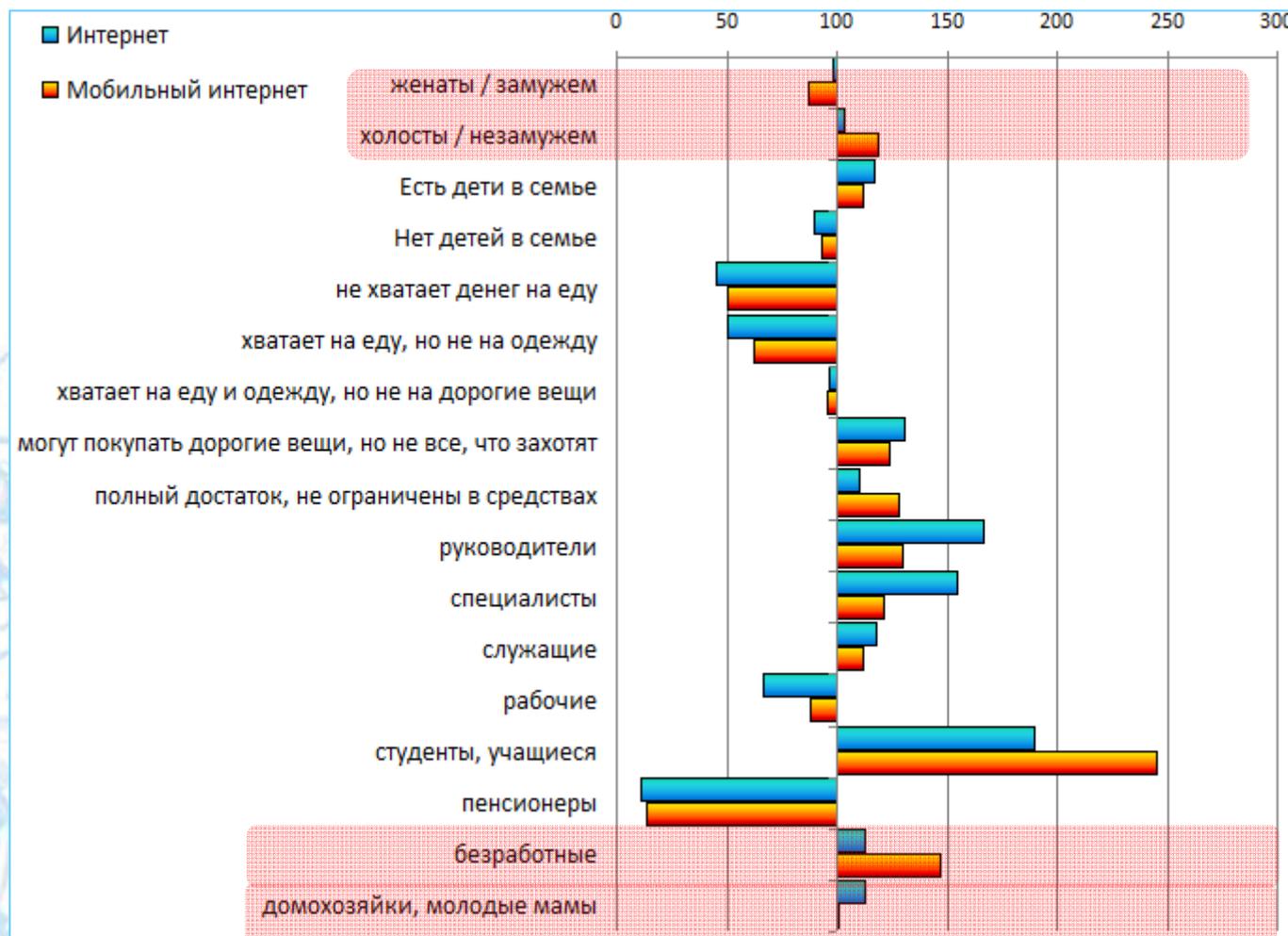
Соц-дем – пользователи интернета / мобильного интернета*



*TNS M-Index 2009 – Affinity Index, личное пользование интернетом за месяц+ частота использования мобильного телефона для выхода в Интернет (не реже, чем 1 раз в месяц)

AdWatch®

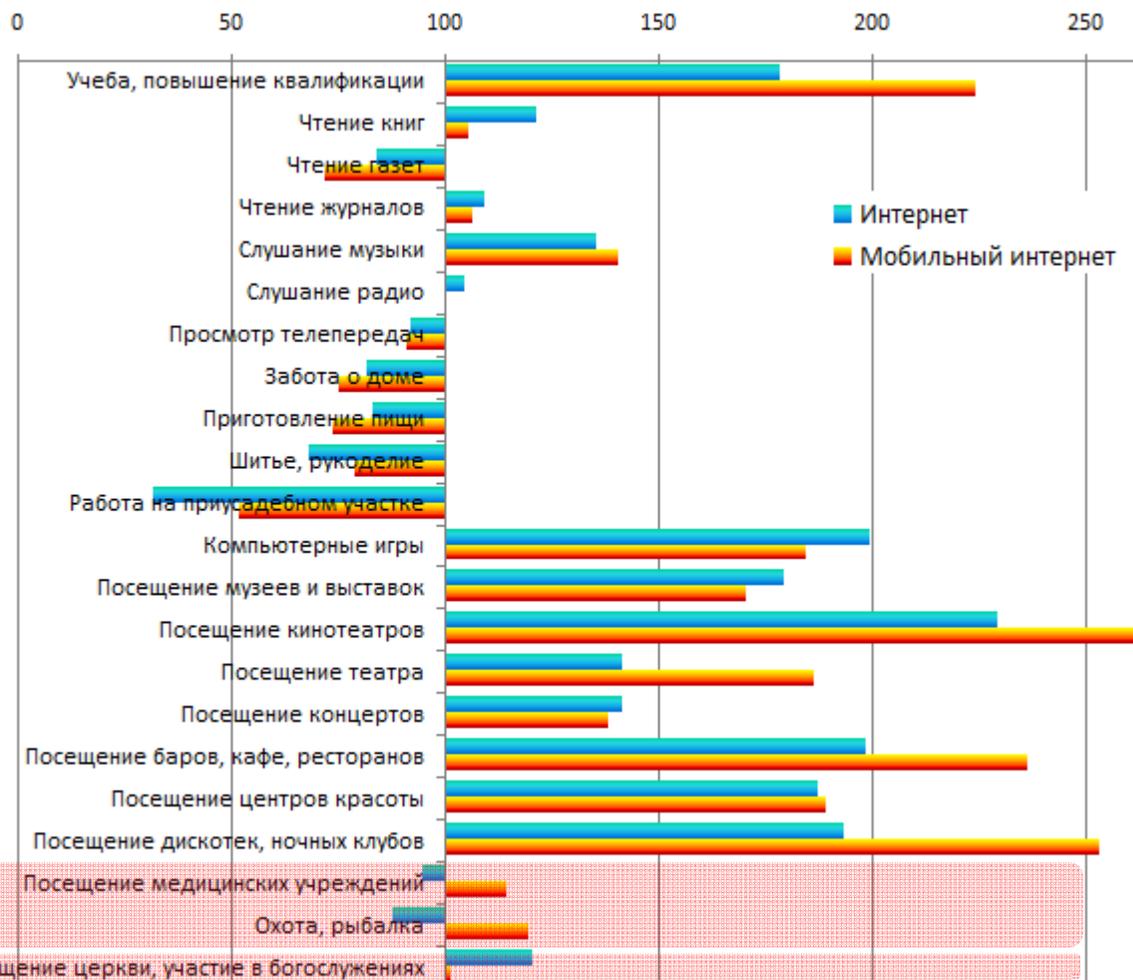
Соц-дем – пользователи интернета / мобильного интернета



•TNS M-Index 2009 – Affinity Index, личное пользование интернетом за месяц+ частота использования мобильного телефона для выхода в Интернет (не реже, чем 1 раз в месяц)

AdWatch

Интересы – пользователи интернета / мобильного интернета

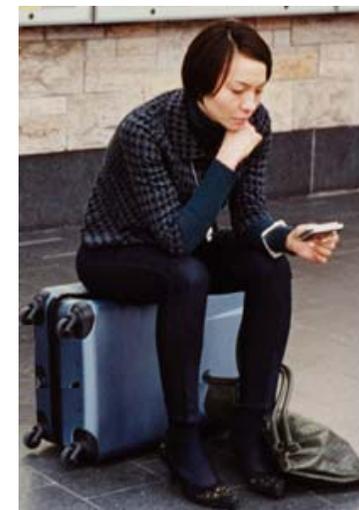


•TNS M-Index 2009 – Affinity Index, личное пользование интернетом за месяц+ частота использования мобильного телефона для выхода в Интернет (не реже, чем 1 раз в месяц)

AdWatch®

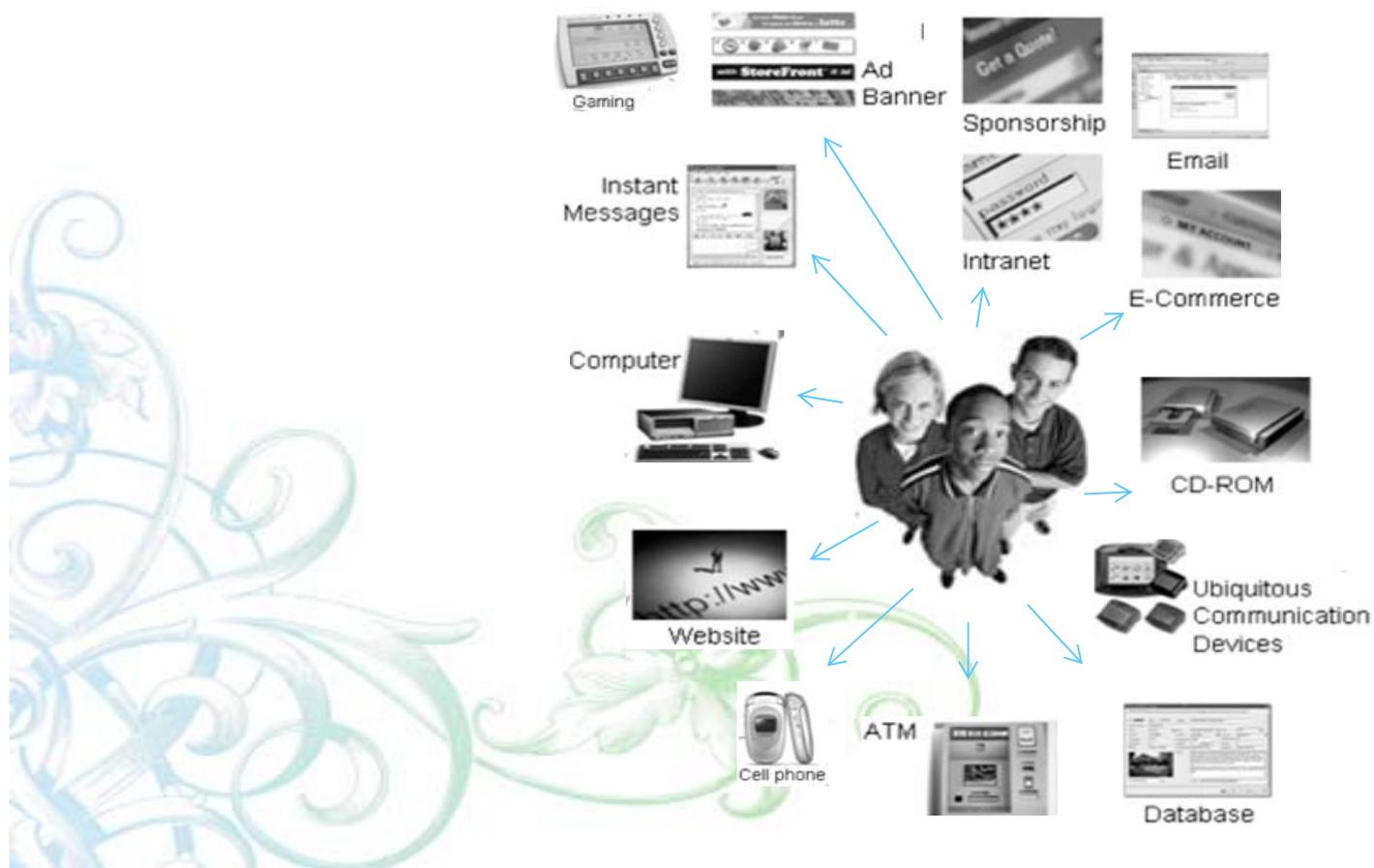
У нас есть основания предполагать, что:

1. В основном, это одна и та же аудитория, которая в разное время использует разные устройства доступа
2. Использование мобильного интернета характерно для тех людей и в тех случаях, когда временно или постоянно нет доступа к «большому экрану». Мобильный интернет – это интернет ON THE GO.
3. Приоритетные задачи мобильной рекламы в миксе
 - Реклама продуктов, непосредственно связанных с мобильной связью и услугами
 - Реклама оперативной информации и услуг, необходимых ON THE GO – location based
 - Развитие и продолжение рекламы в интернете – дополнительные контакты с аудиторией, повышение отклика за счет использования интерактивных сервисов



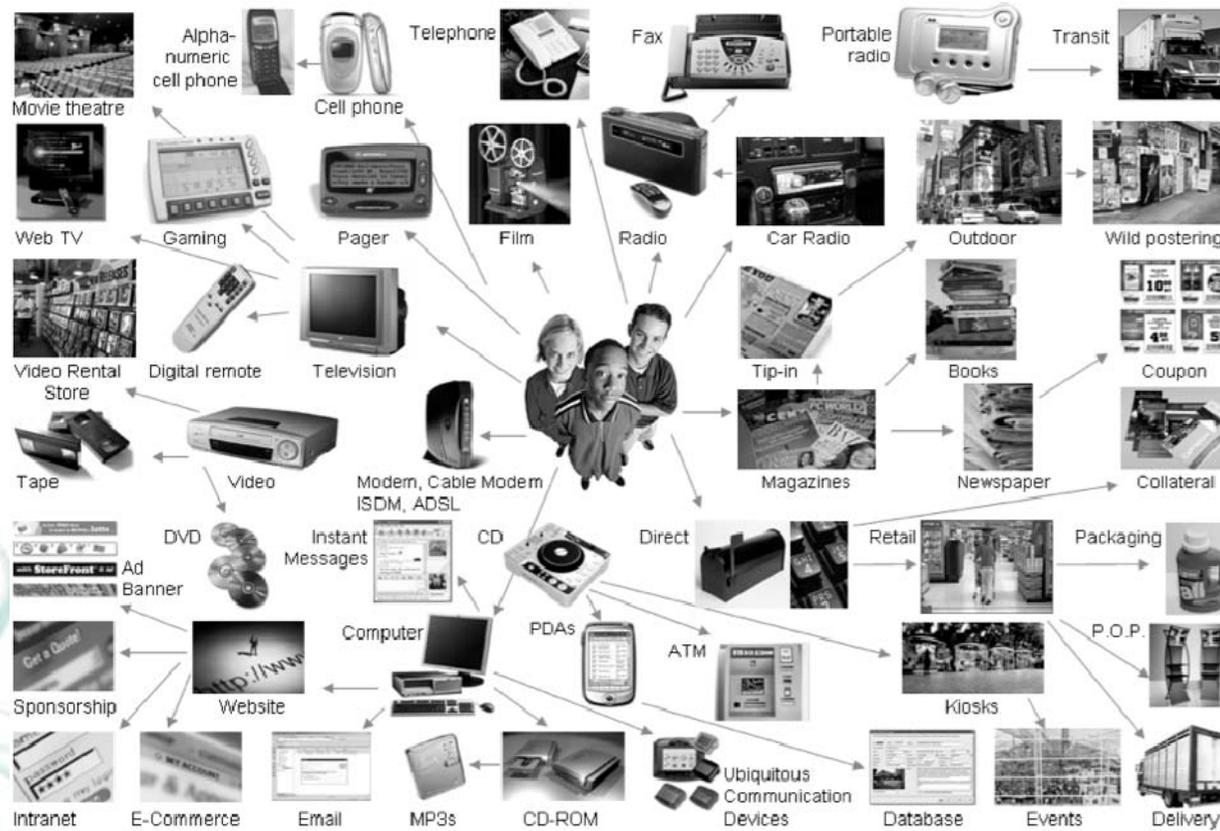
AdWatch®

Нет рынков рекламы в интернете и рекламы в мобильном интернете. Есть рынок рекламы в digital media



AdWatch®

.. который в свою очередь является частью большего медиа-рынка



AdWatch®

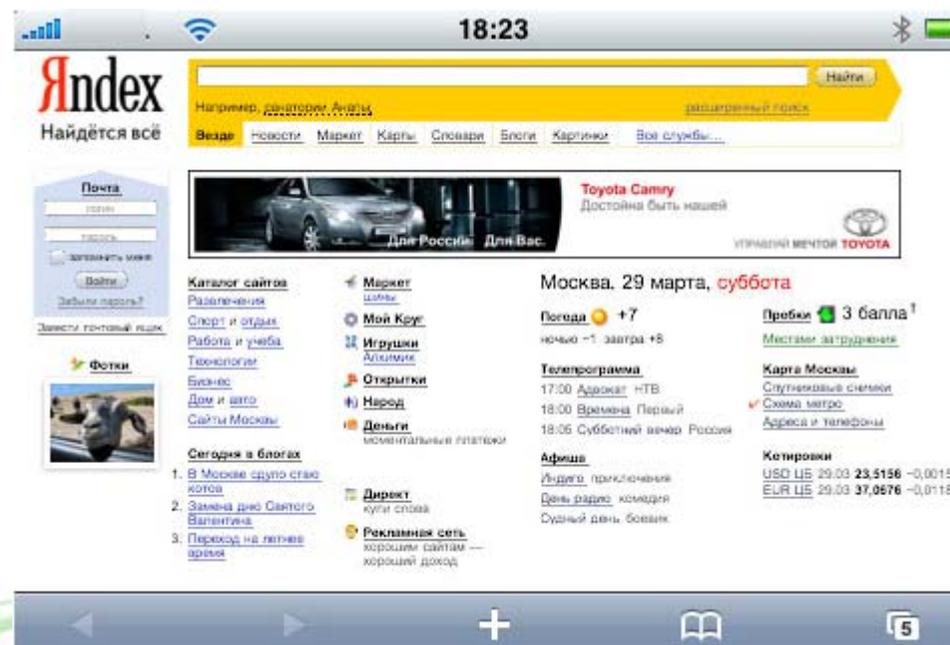
Конвергенция медиа:

1) схождение признаков разных медиа в процессе эволюции

2) объединение разрозненных точек контакта с аудиторией в единую сеть

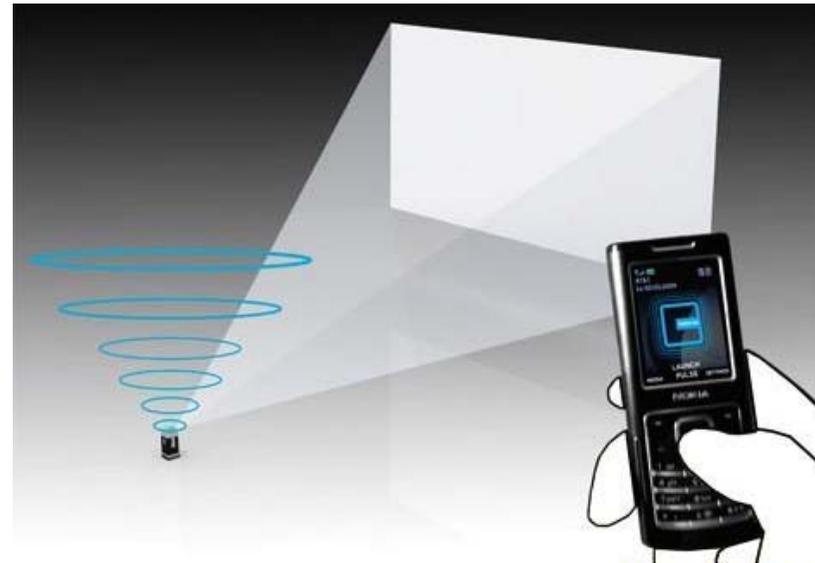
3) получение единого знания

Конвергенция уже происходит – независимо от того, хотим мы этого или не хотим



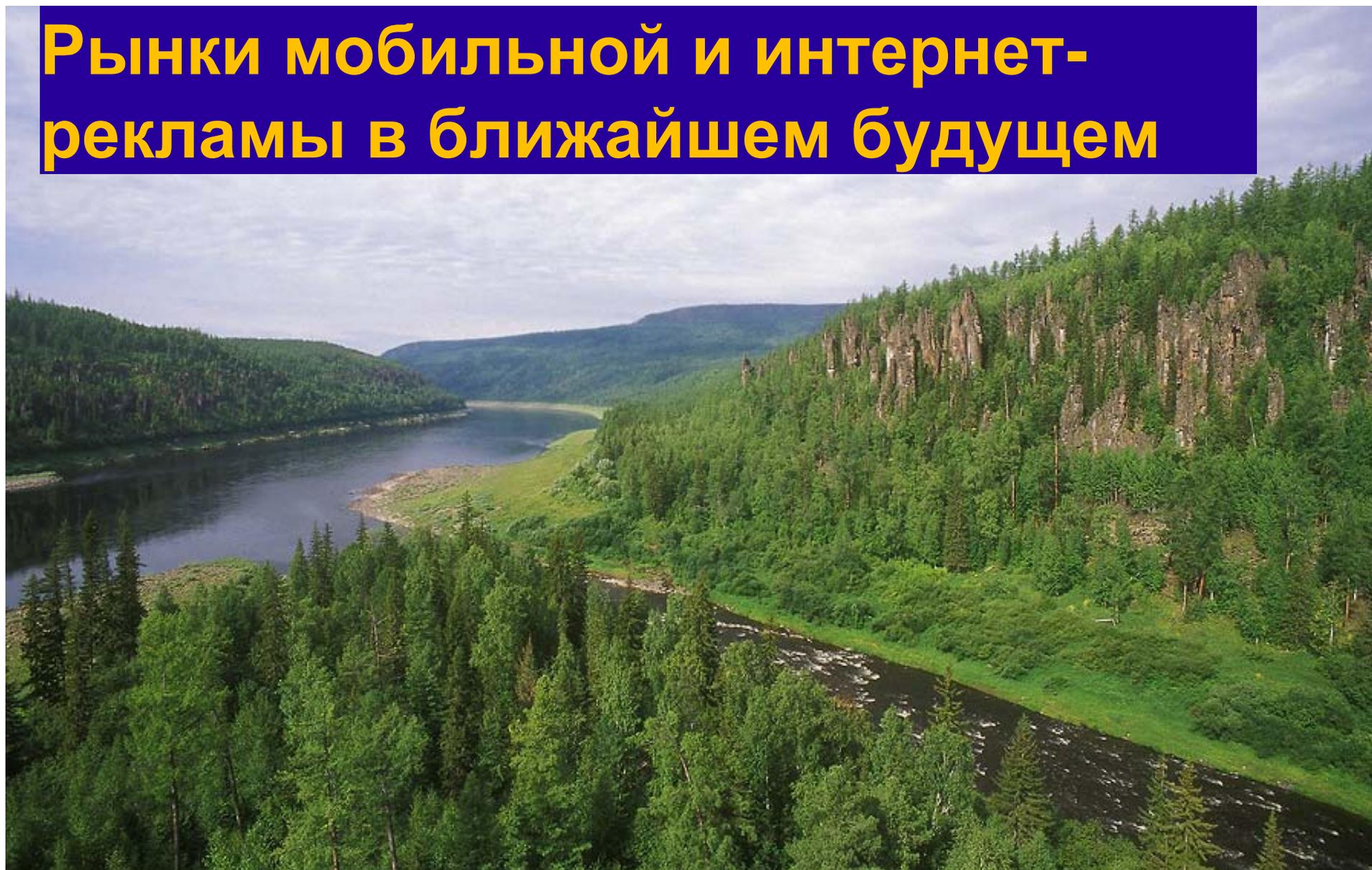
AdWatch

Nokia Pulse – для тех, кому размер экрана все равно недостаточен 😊



AdWatch®

Рынки мобильной и интернет-рекламы в ближайшем будущем



Взаимопроникновение интернет <-> mobile

- Таргетинг интернет-рекламы по устройству доступа (PC / mobile) - Ссылка с баннера -на оптимизированный под устройство доступа сайт. Баннер с возможностью click to call
- Location-based реклама –на базе интернет-сервисов (карты Яндекс, Mail.ru)?
- Использование интернет-рекламы как медиа-канала для продвижения интерактивных сервисов – SMS-викторины, QR-кодов, мобильных купонов.

Что необходимо для «конвергентного планирования»

1. Медиа-исследования

- Каково пересечение аудитории двух интернетов?
- Как наличие интернета и мобильного интернета в миксе влияет на эффективность кампании

2. Новые комплексные продукты

- Дисплейная интернет-реклама + дисплейная мобильная реклама
- Дисплейная интернет-реклама + мобильные интерактивные сервисы

**Приглашаем к
диалогу и
сотрудничеству!**

www.adwatch.ru

+7 (495) 980-5588

AdWatch®

