

Преимущества контекстной рекламы и обзор предоставляющих её сервисов

Размахнина Анна Николаевна

Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема

Студент

Аннотация

В данной статье раскрыто понятие контекстной рекламы. Произведен анализ и сравнение популярных сервисов контекстной рекламы.

Ключевые слова: контекстная реклама, интернет-реклама, Яндекс, Гугл.

Advantages of contextual advertising and review of its services

Razmakhnina Anna Nikolaevna

Sholom-Aleichem Priamursky State University

Student

Abstract

In this article, the concept of contextual advertising is disclosed. Produced analysis and comparison of popular contextual advertising services.

Keywords: contextual advertising, Internet advertising, Yandex, Google.

За последние несколько лет большую популярность получила интернет реклама, которая большими темпами обгоняет любые другие источники информации. Она забирает рекламный рынок у радио, баннеров, телевидения, печатной рекламы и др.

Интернет реклама, показывающая то, что интересует пользователя, исходя из его поисковых запросов называется контекстной рекламой.

Контекстная реклама по определению считается самым эффективным способом завлечения пользователей на сайт. Данный вид рекламы всегда уместен и не смущает пользователя, так как он сам проявил интерес к рекламируемому товару или услуге. Следовательно, по таким объявлениям кликают гораздо чаще.

Еще одной отличительной особенностью контекстной рекламы является то, что её содержание полностью соответствует тематике сайтов, на которых она появляется. Этому способствуют сервисы по созданию контекстной рекламы (например, Яндекс, Гугл).

Выделяют несколько видов контекстной рекламы:

- Поисковая контекстная реклама;
- Тематическая контекстная реклама.

Поисковая контекстная реклама – такая реклама появляется в крупных поисковых системах (Google, Яндекс, Рамблер и др.), либо если контекстная реклама содержит ключевые слова из запроса пользователя.

Тематическая контекстная реклама – отображается на страницах сайтов, входящих в Партнерскую сеть рекламных систем, с условием, что тематика сайта и рекламы совпадают.

Контекстная реклама строится на основе некоторых технологий:

- Контекстный таргетинг – ситуация, когда система запоминает контент просматриваемых страниц и показывает наиболее похожие рекламные объявления.
- Ремаркетинг – инструмент оценки поведения пользователя в интернете, ориентированный на сайт рекламодателя, показывает рекламу, касающуюся тех товаров, которые просматривал пользователь.
- Поведенческие технологии – система, учитывающая историю поиска пользователя.

С основными принципами рынка контекстной рекламы знакомят читателя авторы книги «Контекстная реклама» А. Бабаев, Н. Евдокимов, А. Иванов. Они рассматривают вопросы создания и ведения рекламы в основных сервисах: Яндекс.Директ, GoogleAdWords, "Бегун", а также анализируют их эффективность [1].

В своей статье «Контекстная реклама в России: векторы развития, инструменты и способы автоматизации» автор А.А. Довжиков рассказывает об основном драйвере нынешнего рынка рекламы [2].

М.О. Иванова проанализировала основную классификация контекстной рекламы, охарактеризовала способы измерения ее эффективности и рассмотрела основные площадки размещения, такие как Яндекс. Директ, Google Adwords, Бегун [3].

Исследованиями современного рынка интернет-рекламы в России занимался Е.Ю. Островерхов [4].

О.А.Юшина рассматривает контекстную рекламу, как инструмент продвижения в сети интернет [5].

В.А.Ажигин так же описывает контекстную рекламу – механизм повышения эффективности маркетинговых коммуникаций [6].

В данном исследовании произведен обзор и сравнение популярных сервисов автоматизации контекстной рекламы (Таблица 1).

Таблица 1. Сервисы автоматизации контекстной рекламы

Сервисы/ Критерии для сравнения	Яндекс Директ	Google AdSense	Begun
Описание	система контекстной	сервис контекстной рекламы,	простой и удобный сервис для работы с

	<p>рекламы от поисковой системы Яндекс. Размещает ваши объявления на сайтах похожих по тематике пользовательских запросов. У Яндекс Директ серьезная маркетинговая политика, поэтому при работе с этой системой составляется договор в письменном виде. Она идеально подходит крупным рекламодателям и раскрученным сайтам [5].</p>	<p>представленный поисковой системой Google. Размещает блоки с рекламой в любом месте (сайт, блог, социальная сеть), при условии, что взаимодействующий ресурс не противоречит правилам системы AdSense. Рекламодатели заинтересованы данным сервисом, так как он владеет гигантской рекламной сетью и множеством возможностей модернизации рекламных объявлений [6].</p>	<p>контекстной рекламой. Интерфейс сервиса понятен пользователям с любым уровнем знаний. Но не смотря на это сервис Бегун, благодаря обширной рекламной сети и сотрудничеству с другими системами контекстной рекламы получает высокую отдачу от затраченных времени и денег [7].</p>
Минимальная стоимость 1 клика	30 копеек	30 копеек	10 копеек
Вид объявления	Заголовок состоит из 33 символов, текст – 75 символов.	Заголовок из двух строк по 35 символов, текст – 25 символов.	Заголовок состоит из 30 символов, текст – 70 символов.
Формат рекламы	Текстовая	Текстовая и видео реклама	Текстовая
Аудитория	80 млн	15 млн человек	26,6 млн человек
Плюсы сервиса	1. Сразу определена	1. Есть возможность размещать видео.	1. Удобный интерфейс системы.

	<p>целевая аудитория объявления.</p> <p>2. Возможность ограничивать зоны демонстрации объявления.</p> <p>3. Есть системы «минус-слова».</p> <p>4. Формула для вывода объявления.</p>	<p>2. Доступ к онлайн статистике.</p> <p>3. Географический таргетинг.</p> <p>4. Телефонная поддержка специалистами 24 часа.</p>	<p>2. Размещение объявлений на нескольких десятках популярных ресурсов Рунета.</p> <p>3. Легкое управление ставками.</p> <p>4. Загрузка статистики в формате MS Excel.</p> <p>5. Простота редактирования объявлений.</p>
Минусы сервиса	<p>1. Плохая защита от действий конкурентов.</p> <p>2. Негативное отношение к рекламе в целом.</p> <p>3. Наличие опыта для настройки объявления.</p>	<p>1. Плохая «смотрятельность»</p> <p>2. Отсутствие скидок</p>	<p>1. Недостоверность статистики.</p> <p>2. Платный таргетинг.</p> <p>3. Медленное обновление статистики.</p> <p>4. Невозможность создания одного объявления для нескольких запросов.</p>
Доля российского рынка рекламы	70%	28,5%	1,5%

На сегодняшний день контекстная реклама является главным методом продвижения товаров и услуг в сети интернет. Подтверждение тому: основной заработок крупнейших поисковых систем основан на контекстной рекламе.

Библиографический список

1. Бабаев А., Евдокимов Н., Иванов А. Контекстная реклама. СПб.: Питер, 2011. 304 с.
2. А.А. Довжиков Контекстная реклама в России: векторы развития, инструменты и способы автоматизации // Интернет-маркетинг . 2016. №4. С. 202-209.
3. Иванова М.О. Контекстная реклама, как эффективный вид интернет-

- рекламы // Бенефициар . 2017. №9 . С. 81-83.
4. Островерхов Е.Ю. Исследование современного рынка интернет-рекламы в РОССИИ: поисковое продвижение и контекстная реклама // Молодой ученый . 2014 . № 2 (61). С. 534-540.
 5. Юшина О.А. Контекстная реклама как инструмент продвижения в сети интернет // XIX всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартковского государственного университета. Нижневартовск: Нижневартковский государственный университет, 2017. С. 514-516.
 6. Ажигин В.А. Контекстная реклама - инструмент повышения эффективности маркетинговых коммуникаций в интернете // Интеллектуальные информационные технологии, энергетика и экономика. Смоленск: ООО "Принт-Экспресс", 2017. С. 76-79.
 7. Яндекс. Директ // direct.yandex URL: <https://direct.yandex.ru/> (дата обращения: 30.01.2018).
 8. Google AdSense // www.google.com/adsense URL: https://www.google.com/adsense/start/#/?modal_active=none (дата обращения: 30.01.2018).
 9. Begun // my2.begun URL: <http://my2.begun.ru/registration/partner> (дата обращения: 30.01.2018).