



Реклама в digital – как не запутаться в форматах

Александр Залесов

Digital-агентство i-Guru

Каналов и форматов много...

Специальные проекты

Mobile

SMS/MMS
Приложения
Bluetooth
GPS/LBS
QR Коды
Поиск

Online PR

EMAIL
Статьи
Агенты влияния
Репутационный менеджмент
Review Sites

TV & Video

IPTV / Net TV
Video Сайты
Pre-rolls
Overlays

Gaming

Dynamic Ad insertion
Интеграция в играх
Приложения

Search

Поиск
SEO
Контекст

Social Media/ Networking

Posts
Display
Brand/product Profile pages
Блоги
Микро-Блоги
Форумы
Photo/video sharing

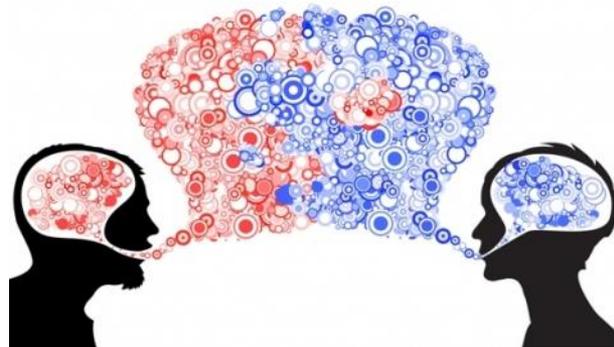
Convergent Mediums

Augmented Reality
RSS
D-OOH
Digital Print - Kindle

Display Formats

Стандартные баннеры
RTB
Спец-Форматы:
Full Screen, Flying Screen,
Screen Glide,
Takeovers
RSS-баннеры
Поведенческий таргетинг

- У нас премиальный бренд замороженных рыбных палочек, мы хотим его продвигать. Что лучше – поисковая оптимизация или контекстная реклама?
- Люди крайне редко ищут в Яндекс и Google продукты питания. Давайте обсудим охватные и вовлекающие инструменты?
- Надо посоветоваться с центральным офисом... давайте всё-таки про оптимизацию или контекст поговорим...



Но давайте попробуем разобраться...

КОММУНИКАЦИОННАЯ СЕГМЕНТАЦИЯ

Рациональные
(негативная мотивация)

Эмоциональные
(позитивная мотивация)

Высокая
вовлеченность

**РАЦИОНАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ –
ОБДУМЫВАЮТ ПОКУПКУ**

**ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ –
ОБДУМЫВАЮТ ПОКУПКУ**



Низкая
вовлеченность

**РАЦИОНАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ –
ИМПУЛЬСНАЯ ПОКУПКА**

**ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ –
ИМПУЛЬСНАЯ ПОКУПКА**



КОММУНИКАЦИОННАЯ СЕГМЕНТАЦИЯ

Рациональные
(негативная мотивация)

Эмоциональные
(позитивная мотивация)

Высокая
вовлеченность

**РАЦИОНАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ –
ОБДУМЫВАЮТ ПОКУПКУ**

**ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ –
ОБДУМЫВАЮТ ПОКУПКУ**



Низкая
вовлеченность

**РАЦИОНАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ –
ИМПУЛЬСНАЯ ПОКУПКА**

**ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ –
ИМПУЛЬСНАЯ ПОКУПКА**



Эмоциональная мотивация

- ✓ Целевая аудитория должна соглашаться с основными идеями рекламы, но не обязательно любить эту рекламу

Рациональная мотивация

- ✓ Заявленные выгоды должны быть максимально подчеркнуты и звучать убедительно, но не переоценены
- ✓ Возможно использование объективного ведущего
- ✓ Для целевой аудитории, имеющей возражения против бренда, подходит тактика опровержения
- ✓ Небольшой марке, соперничающей с сильным конкурентом, следует использовать подход открытого сравнения

Знание: длительный / глубокий информационный контакт



НАПРИМЕР, ВОТ ТАК:

Беспроводная аудиосистема DA-E750

[ОСОБЕННОСТИ](#) [ТЕХНИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ](#) [ОТЗЫВЫ](#) [ПОДДЕРЖКА](#) [ЕЩЕ](#)

[ГДЕ КУПИТЬ](#)

Поднимите планку качества звука вашей музыки



Благодаря использованию традиционных ламп в гибридном усилителе аудиосистемы DA-E750, ваше отношение к качеству воспроизведения музыки изменится кардинально. Аудиосистема с двойной докстанцией и приложением Dock App воспроизводит звук высочайшего качества. А благодаря тональному балансу каждого музыкального инструмента вы услышите музыкальное произведение в том виде, в каком его задумал автор!

Беспроводной режим прослушивания музыки с мобильных устройств с помощью функций AllShare Play и AirPlay



Прослушивание вашей любимой музыки в беспроводном режиме стало намного проще благодаря поддержке аудиосистемой таких функций как AllShare Play и AirPlay. Неважно, какое устройство вы используете. SAMSUNG GALAXY или устройства на базе Apple iOS. Поддержка беспроводного режима позволяет синхронизировать и проигрывать музыкальный контент через гибридный усилитель аудиосистемы. Встроенная поддержка Wi-Fi позволяет управлять вашей беспроводной аудиосистемой дистанционно из любого места вашего дома.

Первая в мире аудиосистема с докстанцией для двух типов устройств



Беспроводная аудиосистема - это часть вашей домашней системы развлечений, на которую можно положиться. К этой первой в мире аудиосистеме с двойной докстанцией можно подключить смартфон SAMSUNG GALAXY S II, SAMSUNG GALAXY S III и SAMSUNG GALAXY Note, либо устройства на базе APPLE IOS. Теперь вам не нужно приобретать отдельные докстанции для подключения к ним разных смартфонов или плееров. * Для SAMSUNG GALAXY устройств требуется загрузка приложения Dock App.

Мощный встроенный сабвуфер придает музыке живую окраску



Теперь, чтобы насладиться глубокими низкими частотами вам не нужно приобретать дополнительное акустическое оборудование. В отличие от продукции других производителей, ваша беспроводная аудиосистема с докстанцией Samsung Wireless Audio с приложением Dock и мощным встроенным сабвуфером способна буквально сотрясти вашу гостиную.

Презентация продукта на собственном сайте

<http://www.samsung.com/ru/consumer/audio-video/wireless-audio-dockstations/wireless-audio-dockstations/DA-E750/RU>

ИЛИ ВОТ ТАК:

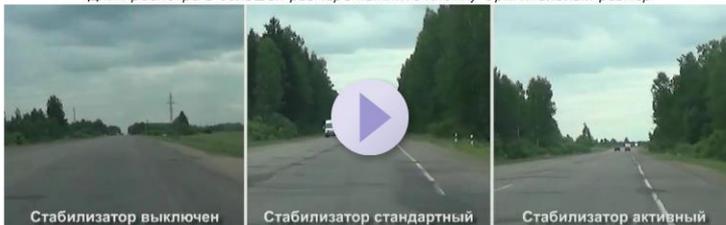
Но перейдем к практическим съемкам. Во-первых, следует разобраться со стабилизатором. Много лестных слов было сказано в адрес нового механизма стабилизации, который компания Sony реализовала несколько лет назад. Конструкция этой системы заключается в том, что в подвешенном состоянии находится не одна или несколько корректирующих линз оптического блока, а весь оптико-сенсорный блок. Целиком. Работа такого механизма выглядит необычно и многообещающе. Взглянем на «болтанку» объектива с помощью другой камеры, жестко закрепленной напротив рассматриваемого аппарата:

Для просмотра в большем размере нажмите кнопку Оригинальный размер



Но как же работает данный стабилизатор, насколько эффективно? Вновь обращаемся к примерам съемки в разных условиях: движение в автомобиле (специально выбран момент движения по наихудшему асфальтовому покрытию), при зуммировании с рук, и при обычной ходьбе.

Для просмотра в большем размере нажмите кнопку Оригинальный размер

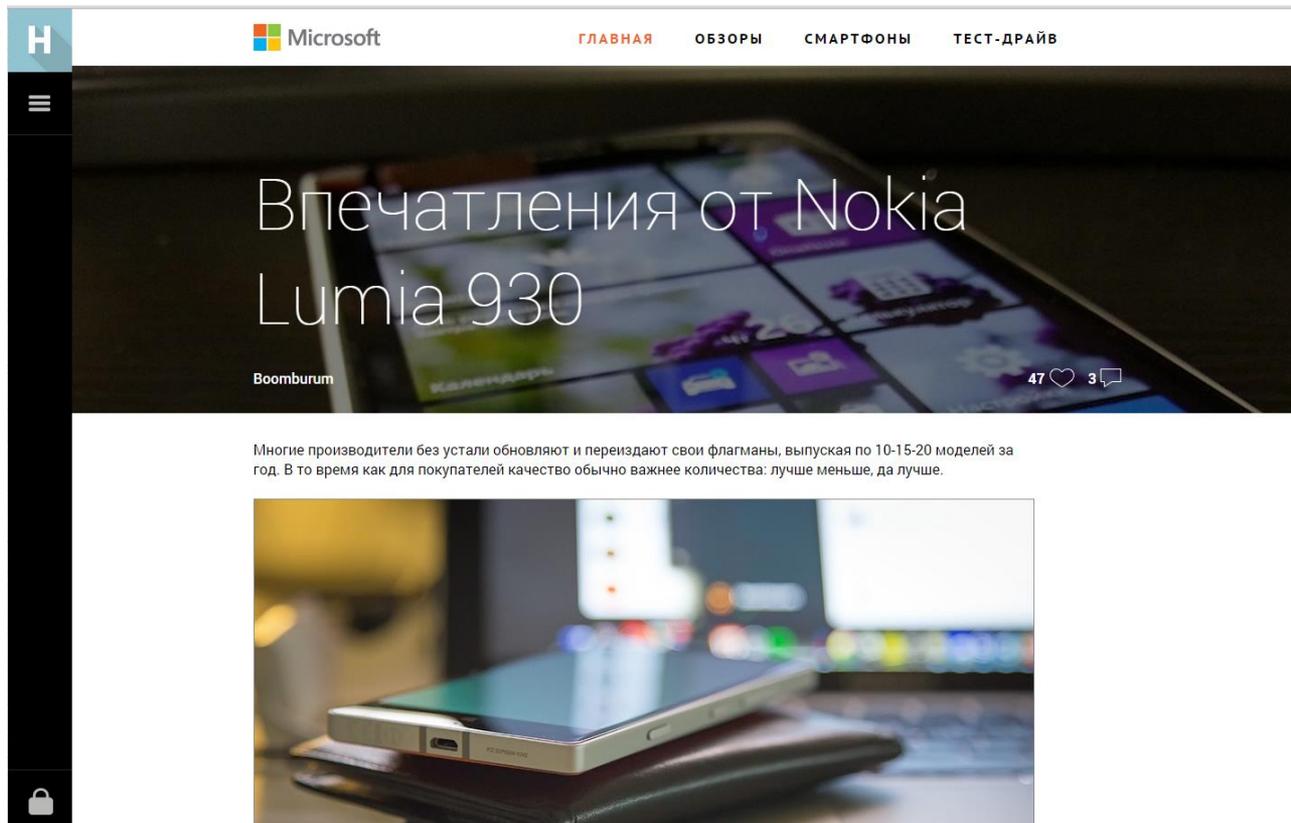


Что-ж, очень и очень неплохо! Особенно при отсутствии зуммирования. С работающим оптическим стабилизатором камера почти «плышет». Включение активного стабилизатора (программного помощника) ещё более усиливает эффект плавности движения, однако здесь возможно появление резких скачков изображения — это давно знакомый эффект (дефект) почти всех электронных стабилизаторов. Но вот проблема: при съемке на максимальном фокусном расстоянии (зуме) наблюдается противная мелкая дрожь. Которая не удаляется даже



Обзор на сайте gadget-ов

ИЛИ ТАК:



The image shows a screenshot of a web article on the Habr platform. At the top, there is a navigation bar with the Microsoft logo and menu items: ГЛАВНАЯ, ОБЗОРЫ, СМАРТФОНЫ, and ТЕСТ-ДРАЙВ. The main heading of the article is "Впечатления от Nokia Lumia 930" by the author "Boomburum". Below the heading, there is a sub-heading: "Многие производители без устали обновляют и переиздают свои флагманы, выпуская по 10-15-20 моделей за год. В то время как для покупателей качество обычно важнее количества: лучше меньше, да лучше." Below the text is a photograph of a Nokia Lumia 930 smartphone resting on a dark leather case, with a laptop keyboard visible in the background. The article has 47 likes and 3 comments.

Контентный информационный спецпроект на habrahabr.ru

<http://special.habrahabr.ru/nokia/smartphones/>

На своем сайте

- ❑ Контекстная реклама на РСЯ и КМС (без размещения на Поиске)
- ❑ Кликовые небольшие баннерные форматы (ТГБ, html блог, 90x65)
- ❑ RTB баннерная реклама (покупка аудитории): размещение по кликам

КЛИК

Ваша музыка звучит лучше, чем вы представляете. Благодаря мощной аудиосистеме Samsung Galaxy S II и Samsung Galaxy Note вы сможете наслаждаться музыкой в формате Hi-Fi. Благодаря мощной аудиосистеме Samsung Galaxy S II и Samsung Galaxy Note вы сможете наслаждаться музыкой в формате Hi-Fi. Благодаря мощной аудиосистеме Samsung Galaxy S II и Samsung Galaxy Note вы сможете наслаждаться музыкой в формате Hi-Fi.

Беспроводной режим прослушивания музыки с мобильных устройств с помощью функции AllShare Play и AirPlay

Мощный встроенный сабвуфер придает музыке живую окраску

Теперь, чтобы наслаждаться любимыми мелодиями, вам не нужно приобретать дополнительные акустические устройства. И теперь от Samsung вы можете наслаждаться музыкой в формате Hi-Fi. Благодаря мощной аудиосистеме Samsung Galaxy S II и Samsung Galaxy Note вы сможете наслаждаться музыкой в формате Hi-Fi.

<http://www.samsung.com/ru/>

На стороннем ресурсе

- ❑ Агенты влияния в блогосфере
- ❑ Онлайн консультация со специалистом
- ❑ Создание канала на Youtube.ru
- ❑ Размещение постов в популярных группах в социальных сетях: заметная картинка, длинный текст
- ❑ Рассылка E-mail
- ❑ PR-статьи с анонсированием
- ❑ Контентный информационный спецпроект

ВОВЛЕЧЕНИЕ

Microsoft

Впечатления от Nokia Lumia 930

Многие производители без устали обновляют и переиздают свои флагманы, выпуская по 10-15-20 моделей за год. В то время как для покупателей качество обычно важнее количества. Лучше меньше, да лучше.

<http://special.habrahabr.ru/nokia/smartphones/>

КОММУНИКАЦИОННАЯ СЕГМЕНТАЦИЯ

Рациональные
(негативная мотивация)

Эмоциональные
(позитивная мотивация)

Высокая
вовлеченность

**РАЦИОНАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ –
ОБДУМЫВАЮТ ПОКУПКУ**

**ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ –
ОБДУМЫВАЮТ ПОКУПКУ**



Низкая
вовлеченность

**РАЦИОНАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ –
ИМПУЛЬСНАЯ ПОКУПКА**

**ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ –
ИМПУЛЬСНАЯ ПОКУПКА**



Эмоциональная мотивация

- ✓ Эмоциональная аутентичность является первостепенной и должна быть приспособлена внутри ЦА к разным по стилю жизни сегментам
- ✓ Реклама должна подчеркивать индивидуальность и эксклюзивность предлагаемого продукта / услуги
- ✓ Людям должна не просто нравиться реклама – они должны отождествить себя с образами из рекламы

Рациональная мотивация

- ✓ В центре рекламы сам продукт: внимание к деталям, качеству прорисовки и дизайну
- ✓ Возможно подчеркнуть историю создания бренда

Формирование имиджа: длительный контакт



НАПРИМЕР, ВОТ ТАК:



Специальный проект бренда о красоте движения «Чувства в движении»

<http://www.lexus.ru/feelingsinmotion/>

ИЛИ, ВОТ ТАК:

ESCADA
CHERRY IN THE AIR

31/08/12
СПЛЕТНИК

ХРОНИКА МОДА КРАСОТА КИНОМАНИЯ СВЕТСКАЯ ЖИЗНЬ АНОНСЫ
ГАЛЕРЕИ ВИДЕО СПЕЦИИ ОПРОСЫ БЛОГИ ЭНЦИКЛОПЕДИЯ ЗВЕЗД

ЗАКРЫТЬ

ЦИА

ТОП-5
ЛУЧШЕЕ

Сплетник

"Гольф" вокруг Гарри впереди
46 ком

Светская

31/08/12
СПЛЕТНИК

ВХОД РЕГИСТРАЦИЯ

ХРОНИКА МОДА КРАСОТА КИНОМАНИЯ СВЕТСКАЯ ЖИЗНЬ АНОНСЫ
ГАЛЕРЕИ ВИДЕО СПЕЦИИ ОПРОСЫ БЛОГИ ЭНЦИКЛОПЕДИЯ ЗВЕЗД

Вечер
Голливуд
69 ком

Светская

ТОП-5
ЛУЧШЕЕ ЗА НЕДЕЛЮ

Сплетник 27/08/12

"Гольф" скандал вокруг принца Гарри: худшее впереди
46 комментариев

Звездные

"Измена": премьера в Венеции

Венецианский кинофестиваль-2012: открытие

Ксения Собчак: пресс-конференция главреда

Венецианский кинофестиваль-2012: открытие
Кейт Хадсон и другие звезды на красной дорожке

Политика

Фотопортал

а":
наряд!
фильме
ивые
/лия
ком

Имиджевый баннерный формат духов на сайте Spletnik.ru

ИЛИ, ВОТ ТАК:

The screenshot shows a YouTube video player interface. The video content is a close-up of a hand holding a smartwatch with a digital display showing '0:19:24'. A 'Пропустить рекламу' (Skip advertisement) button is overlaid on the video. The video player shows a progress bar at 0:00 / 6:06 and a 'Реклама 1:02' (Advertisement 1:02) label. The right sidebar displays a playlist of videos under the category 'Авто и транспорт' (Cars and Transport). The playlist includes:

- 1. Популярное на YouTube - Россия • 5/7 видео
- 2. "Гелендваген". Часть 1. Антон Воротников
- 3. СтопХам Петрозаводск 49 - Иди гуляй StopXAM Ptz
- 4. СтопЖлоб Приключения майбаха Оксана Митрофанова
- 5. СтопХамСПб - Бутылка StopXamСПб
- 6. Тест Драйв от Давидыча BMW M550d smotraTV
- 7. ДТП. ВАЗ-2110 и Газель А3-2110. В момент удара пассажир покинул салон fools Roads

Имиджевый видео pre-roll на Youtube.com

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ – ОБДУМЫВАЮТ ПОКУПКУ: ЕСЛИ СИСТЕМАТИЗИРОВАТЬ

На своем сайте

- ❑ Контекстная реклама на РСЯ и КМС (без размещения на Поиске)
- ❑ Кликовые небольшие баннерные форматы (ТГБ, html блог, 90x65)
- ❑ RTB баннерная реклама (покупка аудитории): размещение по кликам

КЛИК

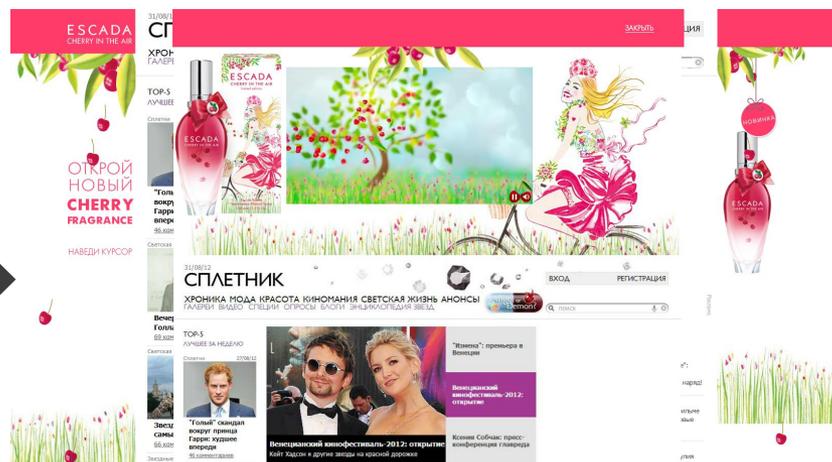


<http://www.lexus.ru/feelingsinmotion/>

На стороннем ресурсе

- ❑ Крупные яркие баннерные форматы: брендрование подложки, full screen, интерактивные баннерные форматы на взаимодействие
- ❑ Онлайн-видео реклама (pre-roll, post-roll, middle-roll)
- ❑ Создание и ведение группы бренда в социальных сетях
- ❑ Спецпроект с вовлекающей механикой и яркими визуальными образами
- ❑ Интеграция бренда в игры в социальных сетях
- ❑ Мобильная реклама: брендрование приложений, full-screen, специальные проекты внутри мобильных приложений

ВОВЛЕЧЕНИЕ



<http://spletnik.ru>

Формирование имиджа:
длительный контакт

КОММУНИКАЦИОННАЯ СЕГМЕНТАЦИЯ

Рациональные
(негативная мотивация)

Эмоциональные
(позитивная мотивация)

Высокая
вовлеченность

**РАЦИОНАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ –
ОБДУМЫВАЮТ ПОКУПКУ**

**ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ –
ОБДУМЫВАЮТ ПОКУПКУ**



Низкая
вовлеченность

**РАЦИОНАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ –
ИМПУЛЬСНАЯ ПОКУПКА**

**ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ –
ИМПУЛЬСНАЯ ПОКУПКА**



Эмоциональная мотивация

- ✓ Использование простого стиля рекламы: «проблема - решение»
- ✓ Реклама не должна нравиться потребителю

Рациональная мотивация

- ✓ Показ одной главной выгоды товара в сообщении.
- ✓ Выгода должна быть четко определена и заявлена
- ✓ Выгоды должны легко запоминаться после одного-двух контактов с объявлением

Знание: короткий информационный контакт

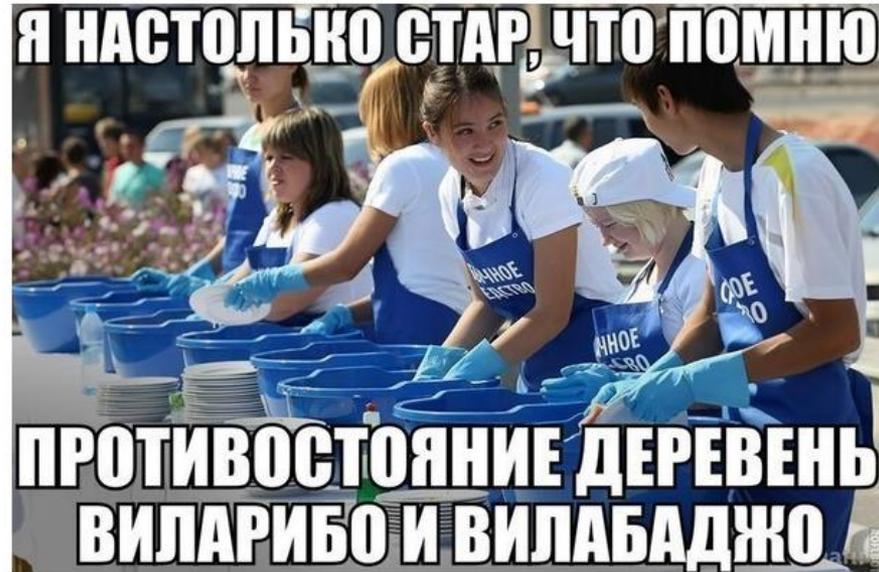


НАПРИМЕР, ВОТ ТАК:



→ Лепра

27 авг 2014 в 20:17



Добавлена 5 сентября 2014 | Мне нравится ❤️ 13432

Альбом:
Фотографии на стене

Пост в популярном сообществе VKontakte

ИЛИ, ВОТ ТАК:

Стандартный баннер:
важен показ, а не клик

The screenshot shows a mail.ru inbox interface. On the left is a sidebar with folders like 'Входящие' (13053), 'Notes', 'Отправленные', 'Черновики', 'Спам', 'Корзина', 'История общения в Агенте', 'Непрочитанные', and 'Отмеченные флажком'. The main area shows an email from 'BeWebby' with the subject 'Новое на BeWebby'. The email content features the BeWebby logo, the date '18 сентября, 2014', and a video thumbnail of a man in a blue shirt. To the right of the video is text about a webinar on '23 сентября, 14:00 "Внутренняя оптимизация: оптимизация посадочных страниц"'. Below the video is a Pfizer advertisement for 'CAB SIMPLEX' featuring a rabbit character and the text 'Хорошо без колик. С первых дней.'

Стандартное баннерное размещение на охватном ресурсе

РАЦИОНАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ – ИМПУЛЬСНАЯ ПОКУПКА: ЕСЛИ СИСТЕМАТИЗИРОВАТЬ

На своем сайте

КЛИК

На стороннем ресурсе

- Баннерная реклама на стационарные компьютеры и ноутбуки.
Закупка по показам.
- Стандартные форматы 240x400, 160x600, 300x250, 336x280, 468x60, 728x90 и т.п.
- RTB баннерная реклама (покупка аудитории):
размещение по показам
- Онлайн-видео реклама (pre-roll, post-roll, middle-roll)
- Видео-баннеры
- Размещение постов в популярных группах в социальных сетях: заметная картинка, короткий текст

ПОКАЗ

Всё сообщение должно быть в рекламе, без необходимости переходить на сайт



Знание: короткий информационный контакт

КОММУНИКАЦИОННАЯ СЕГМЕНТАЦИЯ

Рациональные
(негативная мотивация)

Эмоциональные
(позитивная мотивация)

Высокая
вовлеченность

**РАЦИОНАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ –
ОБДУМЫВАЮТ ПОКУПКУ**

**ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ –
ОБДУМЫВАЮТ ПОКУПКУ**



Низкая
вовлеченность

**РАЦИОНАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ –
ИМПУЛЬСНАЯ ПОКУПКА**

**ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ –
ИМПУЛЬСНАЯ ПОКУПКА**



Эмоциональная мотивация

- ✓ Эмоциональная аутентичность является ключевым элементом и единственной выгодой
- ✓ Способ вызывания эмоций должен быть уникальным для данного бренда
- ✓ Реклама должна нравиться целевой аудитории

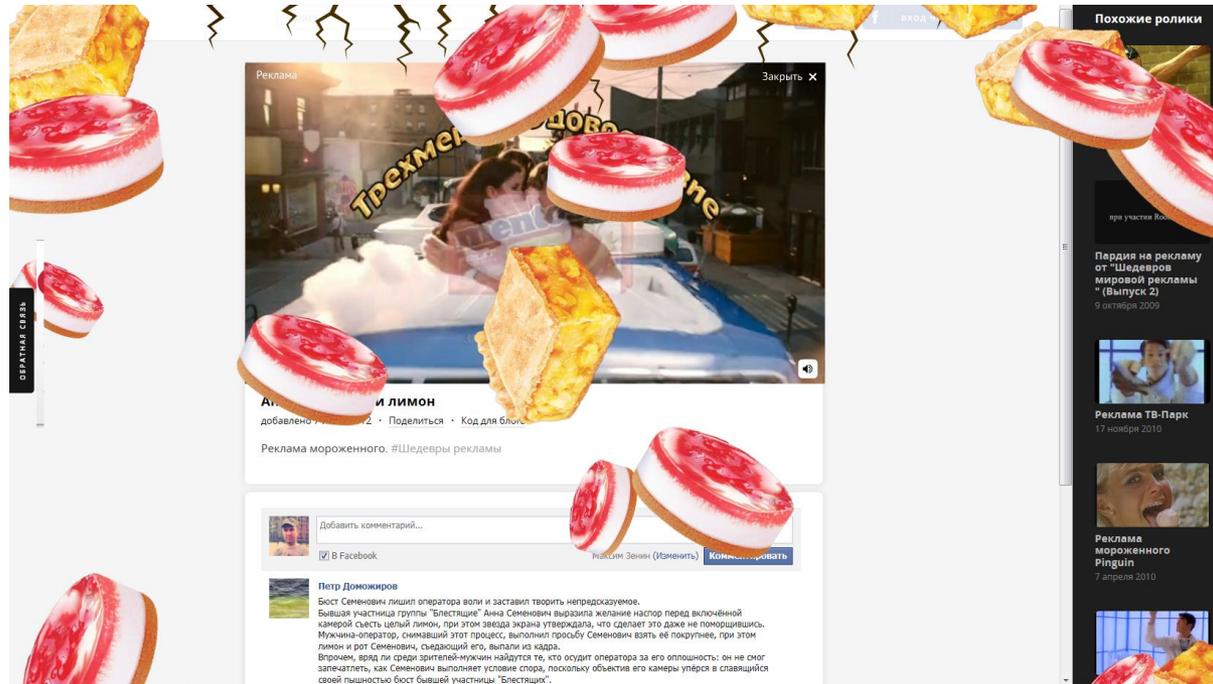
Рациональная мотивация

- ✓ Не заявлять о выгодах, а подразумевать их
- ✓ Повторные показы выполняют функцию усиления и укрепления отношения

Формирование имиджа: короткий контакт



НАПРИМЕР, ВОТ ТАК:



Имиджевый формат pre-roll на Rutube.ru

ИЛИ, ВОТ ТАК:



Интеграция Lipton в игру «Птичий городок» VKontakte

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ – ИМПУЛЬСНАЯ ПОКУПКА: ЕСЛИ СИСТЕМАТИЗИРОВАТЬ

На своем сайте

КЛИК



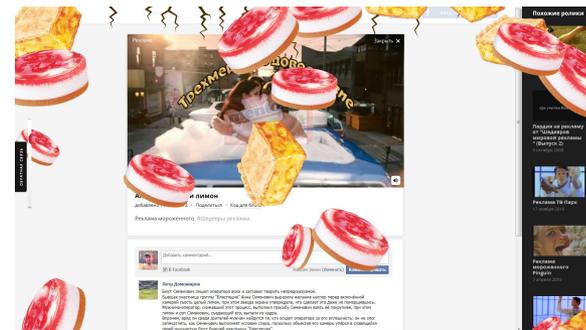
Всё сообщение должно быть в рекламе, без необходимости переходить на сайт

На стороннем ресурсе

- Крупные яркие баннерные форматы: брендрование подложки, full screen, интерактивные баннерные форматы на взаимодействие
- Онлайн-видео реклама (pre-roll, post-roll, middle-roll)
- Спецпроект с вовлекающей механикой и яркими визуальными образами
- Интеграция бренда в игры в социальных сетях
- Мобильная реклама: брендрование приложений, full-screen, специальные проекты внутри мобильных приложений

ПОКАЗ

ПОКАЗ / ВОВЛЕЧЕНИЕ

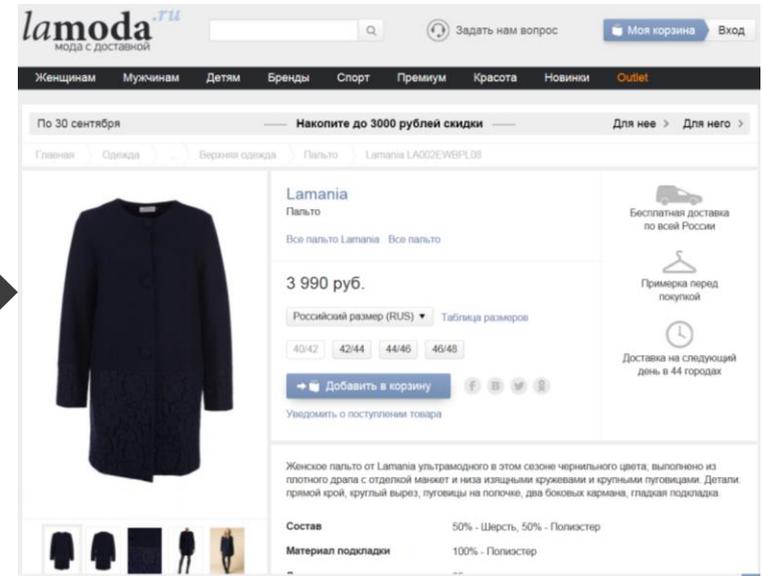


Формирование имиджа: короткий информационный контакт

На своем сайте

- Контекстная реклама (поиск и РСЯ/КМС)
- Кликовые баннерные и тизерные форматы (ТГБ, html блог, 90x65)
- Рассылка (SMS, E-mail)
- RTB баннерная реклама: размещение по кликам

КЛИК



Итого

Рациональные (негативная мотивация)

Эмоциональные (позитивная мотивация)

Высокая
вовлеченность

- Агенты влияния в блогосфере
- Онлайн консультация со специалистом
- Создание канала на Youtube.ru
- Размещение платных постов в социальных сетях (заметная картинка, длинный текст)
- Рассылка E-mail
- PR-статьи с анонсированием
- Контентный информационный спецпроект
- Контекстная реклама на РСЯ и КМС
- Кликовые небольшие баннерные форматы (ТГБ, html блог, 90x65)
- RTB баннерная реклама по кликам

- Крупные яркие интерактивные баннерные форматы
- Онлайн-видео реклама (pre-roll, post-roll, middle-roll)
- Создание и ведение группы бренда в социальных сетях
- Спецпроект с вовлекающей механикой и яркими визуальными образами
- Интеграция бренда в игры в социальных сетях
- Мобильная реклама (full-screen, брендрование и специальные проекты внутри мобильных приложений)
- Крупные яркие интерактивные баннерные форматы
- Контекстная реклама на РСЯ и КМС
- Кликовые небольшие баннерные форматы (ТГБ и т.п.)
- RTB баннерная реклама по кликам

Низкая
вовлеченность

- Стандартные форматы баннерная реклама на стационарные компьютеры и ноутбуки (240x400 и т.п.)
- RTB баннерная реклама по показам
- Онлайн-видео реклама (pre-roll, post-roll, middle-roll)
- Видео-баннеры
- Размещение платных постов группам в социальных сетях: заметная картинка, короткий текст
- Стандартные форматы мобильной рекламы на смартфоны и планшеты. Закупка по показам.
- (типа 320x50 и т.п.)

- Крупные яркие баннерные форматы: брендрование подложки, full screen, интерактивные баннерные форматы на взаимодействие
- Онлайн-видео реклама (pre-roll, post-roll, middle-roll)
- Спецпроект с вовлекающей механикой и яркими визуальными образами
- Интеграция бренда в игры в социальных сетях
- Мобильная реклама: крупные яркие интерактивные баннерные форматы



Спасибо за внимание!

Александр Залесов
Digital-агентство i-Guru

<http://i-guru.ru>