



Волекс, интернет-агентство

«Контекстная реклама - как антикризисный инструмент увеличения продаж» - главная тема прошедшего заседания Клуба Рекламодателей Санкт-Петербурга

Место проведения мероприятия стало наглядной иллюстрацией к теме первой части заседания «Секреты Петропавловской крепости: открытые и закрытые площадки для PR-мероприятий». Заседание началось с экскурсии по казематам Трубецкого бастиона, где актерами театра «Поколение» были разыграны моно-спектакли.

После представления участники заседания вернулись во Флажную башню, чтобы продолжить обсуждение Петропавловской крепости, как площадки для проведения PR-мероприятий. Лисунов В.М. директор по развитию музея предложил участникам использовать помещения Петропавловской крепости, в том числе Флажную башню, для проведения конференций, презентаций, круглых столов и корпоративных мероприятий.

Вторая часть заседания была посвящена рекламе в интернете. На предыдущем заседании, в марте, Владимир Воскресенский, Генеральный директор рекламного интернет-агентства «Волекс», начал разговор о возможностях интернет-маркетинга как антикризисного инструмента. В связи с большим интересом аудитории в апреле данная тема получила своё развитие в докладе руководителя отдела рекламы интернет-агентства «Волекс» Кристины Рожневой «Контекстная реклама - как антикризисный инструмент увеличения продаж».

В начале выступления докладчиком были проанализированы данные Ассоциацией Коммуникационных Агентств (АКАР), характеризующие состояние рекламной отрасли в целом. По данным исследования прирост рынка интернет-рекламы составил 55%, когда как по телерекламе – 27,2%., а в 4 квартале 2008 года, когда начался спад, прирост затрат на интернет составил 32 %, а на телевидение - 22%. Таким образом, можно сделать вывод, что на интернет-рекламе влияние кризиса отразилось в меньшей степени.

Как отметила Кристина Рожнева, в период кризиса одним из самых популярных видов интернет-рекламы продолжает оставаться контекстная реклама. Повышенный интерес к ней в последнее время обусловлен стремлением рекламодателей оптимизировать рекламные бюджеты. Контекстная реклама позволяет проводить эффективные рекламные кампании даже при минимальных бюджетах, за счёт удобной системы оплаты. В отличие от традиционных рекламных инструментов здесь оплата производится не за количество просмотров, а за клик. То есть рекламодатель платит только за потенциальных клиентов, заинтересовавшихся рекламным сообщением.

Контекстная реклама может быть использована для:

- Увеличения объемов продаж
- Продвижения услуг компании
- Выхода на новые географические рынки

- Привлечения посетителей на сайт

Далее участники узнали об алгоритме медиа-планирования и принципах составления успешных рекламных объявлений.

Наибольший интерес участников вызвала тема оценки эффективности рекламных кампаний в Интернете. Контекстная реклама – один из самых прозрачных видов рекламы, благодаря широкому спектру точных количественных и качественных метрик поведения.

В результате рекламодатель с помощью агентства интернет-рекламы может детально отслеживать поведение пользователей, анализировать эффективность рекламной кампании на каждом этапе и корректировать её для наилучшего достижения поставленных целей.

Интернет-реклама может с БОЛЬШИМ успехом использоваться в САМЫХ различных сферах бизнеса.

ТОЛЬКО ЗА ПОСЛЕДНИЙ КВАРТАЛ И НАЧАЛО 2009 ГОДА рекламное интернет-агентство «Волекс» провело свыше 100 успешных рекламных кампаний, В ТОМ ЧИСЛЕ И в таких сферах, как:

туризм,
медицина,
косметология,
мебель,
дизайнерский услуги,
юридические услуги,
полиграфия и сувениры,
производство, поставка и реализация различного промышленного оборудования,
авто услуги,
строительство и недвижимость,
консалтинговые и рекрутинговые услуги и многое другое.

Отдельно отмечено, что практически все системы контекстной рекламы постарались предоставить рекламодателю инструменты, с помощью которых можно самостоятельно вести рекламные кампании.

Однако в подавляющем большинстве рекламодатели отдают предпочтение работе с профессиональными агентствами интернет-рекламы, имеющими сертификаты (Яндекс) или аккредитацию (Бегун), подтверждающие их квалификацию.

Помимо большого опыта профессиональных игроков рынка интернет-рекламы, важную роль играет то, что:

Во-первых - агентства оказывают услуги по тарифам систем контекстной рекламы (Яндекс, Бегун). Таким образом, рекламодатель не экономит, пытаясь размещать рекламу самостоятельно, и не переплачивает, поручая организацию рекламной кампании агентству.

Во-вторых - агентство интернет-рекламы в состоянии организовать и управлять рекламной кампанией, в которой могут быть в комплексе использованы и Яндекс.Директ и Бегун, и Google Adwords.

Таким образом, обратившись в профессиональное агентство, рекламодатель в итоге получает эффективную рекламную кампанию, не тратя лишних денег, времени и усилий.

Например, получить полный комплекс услуг агентства интернет-рекламы "Волекс" по медиапланированию и проведению рекламной кампании с использованием Яндекс.Директ или Бегуна можно даже при бюджете от 3000 рублей.

Подробную версию отчета читайте на портале Клуба Рекламодателей Санкт-Петербурга

По вопросам организации и проведения рекламных кампаний в Интернет, обращайтесь:

Рекламное интернет-агентство «Волекс»:
Санкт-Петербург, ул. Маршала Говорова, дом 37, корпус 1,

Web-студия «Волекс»:
Офис 406,
тел: (812) 324-4956, т/ф. (812) 252-6046

ICQ 190-608-343

Агентство интернет-рекламы "Волекс":
Офис 473
тел.: (812) 252-4967, т/ф. (812) 252-6046

ICQ 470-113-031