

Контексті жарнама

Дәрістің мақсаты:

Қарастырылатын сұрақтар

- Контексті жарнаманың мәні
- Контексті жарнаманың түрлері
- А/В тест



Мәтінмәндік жарнама-аудитория таңдаған мазмұнға, орынға, уақытқа немесе интернет-беттердің басқа мәтінмәніне сәйкес жарнама көрсетілетін интернет-жарнаманың түрі (лат. Contextus - байланыс).

Авиабилеты. Авиабилеты

 [aviasales.ru](#) > Авиабилеты ▾  реклама

Авиабилеты



Купить дешевые **авиабилеты** на Туту.ру. Официальный сайт....

 [avia.tutu.ru](#) > Онлайн-бронирование ▾  реклама

Билеты на самолет по низким ценам. Удобный поиск. Выгодные акции и Купить билет! · Авиабилеты в 192 страны. 276 аэропортов в РФ. 320 авиакомпаний. Авиабилеты по всему миру

Купить билет · Поиск **авиабилетов** · Онлайн-заказ · Мобильное приложение



Авиабилеты на самолет. Kupibilet.ru. Билеты от 730 компани...

 [kupibilet.ru](#) > Дешевые-авиабилеты ▾  реклама

Дешевые **авиабилеты** на самолет. Безопасная онлайн-оплата. Поддержка 24/7! · Билеты от 730 компаний. Круглосуточная поддержка. Удобный сервис. Бесплатное бронирование

О нас · Оформление и покупка · Возврат и обмен · Скачайте приложение
Контактная информация · +7 (499) 653-XX-XX Показать · круглосуточно

Подберите и купите **авиабилет** онлайн. OZON.TRAVEL. Чест...

 [ozon.travel](#) > Билеты-онлайн ▾  реклама

Подбор выгодных **авиабилетов** онлайн! Покупка и онлайн-бронь - быстро и просто! · Честные цены. Поддержка 24/7. Безналичный расчет. Спецпредложения

Мобильное приложение · Регистрация на рейс · Ж/д билеты · Отели

Көбінесе контекстік жарнаманы табуға болады

- іздеу нәтижелері бар беттерде;
- өз беттерінде контекстік жарнама блоктарын орнатқан сайттарда;
- мобильді қосымшаларда.

Мәтінмәндік жарнама таңдамалы түрде әрекет етеді және қызығушылық аясы жарнамаланатын өнімнің немесе қызметтің тақырыбымен, мақсатты аудиториямен сәйкес келетін/қиылысатын интернет-параққа келушілерге көрсетіледі, бұл олардың жарнамаға жауап беру ықтималдығын арттырады.

Таргетинг (ағыл. target-мақсат) - барлық қолда бар аудиториядан берілген критерийлерге (мақсатты аудиторияға) сәйкес келетін бөлікті ғана бөліп алуға және оған жарнаманы көрсетуге мүмкіндік беретін жарнамалық механизм.

Контексті жарнама түрлері

Мәтінмәндік жарнаманың түрі бойынша ерекшеленеді.

ІЗДЕУ

іздеу нәтижелерінің арасында көрсетіледі (оның ішінде жеке сайт бойынша). Тақырыптың бағыты пайдаланушы белгілеген іздеу сұрауының сипатына сәйкес келеді.

ТАҚЫРЫПТЫҚ

ол сайт беттерінде және жарнамалық желіге кіретін мобильді қосымшаларда көрсетіледі. Жарнамалық блоктар бет мазмұнына қосымша болып табылады. Тақырып сайттың тақырыбына байланысты немесе пайдаланушы бұрын көрсеткен қызығушылыққа бағытталған.

Контексті жарнаманың түрі жарнаманың қай жерде көрсетілетінін анықтайды. Мақсатты параметрлерді (мақсатты) қолдана отырып, жарнаманы көрсету контексті орнатылады.

Google контекстік жарнаманың келесі нұсқаларын анықтайды

Іздеу желісінде

Баннерлік

Тауар

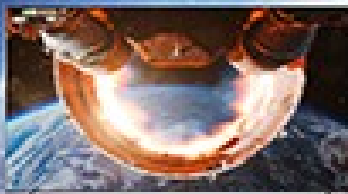
Мобильді қосымшаларда

SAMSUNG

QLED 8K

High Definition Redefined

Screen images simulated.



Жарнама ретінде гиперсілтемесі бар (ашық немесе мәтін фрагменті түрінде ресімделген) ақпараттың әдеттегі мәтіндік көрінісі пайдаланылады. Іздеу жарнамасы кілт сөздерге негізделген. Іздеу жүйесінің роботтары пайдаланушының іздеу сұранысын талдайды, жарнама берушінің жарнамалық кеңсесін және сайт мазмұнын орнатудан алынған кілт сөздермен салыстырады. Нәтиже-тиісті (тиісті) жарнамаларды көрсету.

ІЗДЕУ

Іздеу жолағындағы жарнама беруші үшін шығындар моделі - бір рет басу үшін төлем (PPC).

Көрнекі бейнеге негізделген жарнама (ағылш. banner-жалауша, транспарант, жарнамалық сипаттағы графикалық кескін). Баннер толығымен сурет түрінде немесе ілеспе мәтін мен сілтеме бар сурет түрінде болуы мүмкін. Баннерлік жарнама іздеу жүйесінің серіктес сайттарының желісінде таратылады.

БАННЕР

Мысалы, баннердің белгілі бір жерін нұқыңыз, арифметикалық мысалды шешіңіз, сұраққа жауап беріңіз және т.б. сондықтан контекстік жарнама тауарлар немесе қызметтер туралы қызықты ақпаратты іздеу үшін Интернетті пайдаланатын тұтынушыға көбірек көрсетіледі.



Баннерлік жарнаманың түрлері

Статикалық баннер-
қарапайым, қимылсыз
сурет

Динамикалық баннер-
әдетте анимациялық
суреттер (GIF немесе html5
форматында)


Интерактивті баннер-онда
пайдаланушыға осы
немесе басқа әрекетті
суретпен орындау
ұсынылады.

[Видео](#) [Картинки](#) [Новости](#) [Карты](#) [Маркет](#) [Переводчик](#) [Авто.ру](#) [Недвижимость](#) [Кинопоиск](#) [ещё](#)

Яндекс

 [Найти](#)

Найдётся всё. Например, природа Кольского полуострова

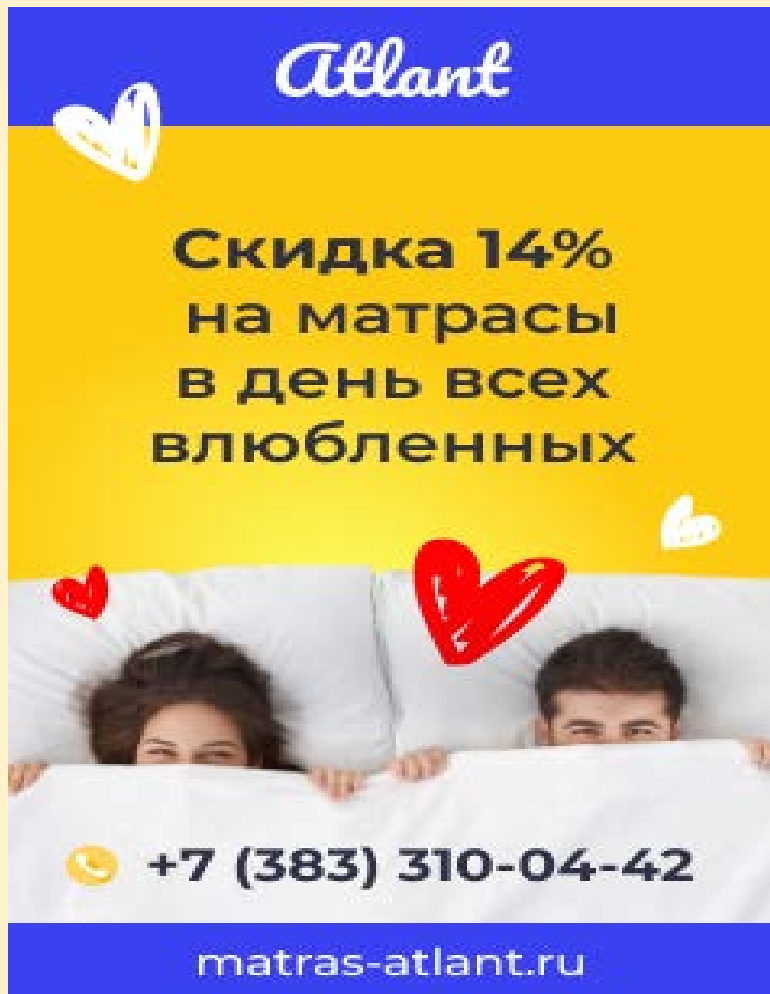
 [Попробуйте Яндекс.Браузер](#)



Изысканный,
выразительный, яркий

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ

Баннерлік жарнама үшін шығындардың танымал модельдері-бір рет басу (PPC), мың әсер (PSM) үшін төлем.



Графический баннер для интернет-магазина



Графический баннер в интернете

Динамический рекламный баннер на сайт



НОВОСТИ 24

13:37

«Дверь в квартиру была открыта»: в Новосибирске пропала 67-летняя бабушка в фиолетовом пуховике

13:36

«Заказчик убежал в лес»: черных лесорубов поймали в заказнике «Кудряшовский бор»

13:29

Новосибирская область соберет страну на проекте «Знаю Россию»

12:39

Из Новосибирского зоопарка сбежали лемуры: посетители устроили с ними фотосессию

12:35

Осенью в Новосибирске откроется региональный волейбольный центр

11:30

ВТБ запускает бесплатный звонок в банк из мобильного приложения

10:57

«Сладости для радости» тебе привезут домой!!

ЗАКАЗ/ДОСТАВКА ДЛЯ ФИЗЛИЦ от 1000 р БЕСПЛАТНО!



НОВОСИБИРСК



«Думали, я не выживу»: безногая девушка, которую мать бросила в детском доме, обрела семью

Смогла ли она простить маму и о чем мечтает сейчас — в материале «Комсомольской правды» [видео]



«Испекли картошку, я подарил ей цветы»: СКР обнародовал показания экс-спецназовца, похитившего спортсменку

Ярослав Фокин, в прошлом боец ОМОНа и ГРУ, унес бывшую супругу из дома в спортивной сумке. Женщина рассказала...

Стяжка пола на любых объектах в кратчайшие сроки от 449р/м2.

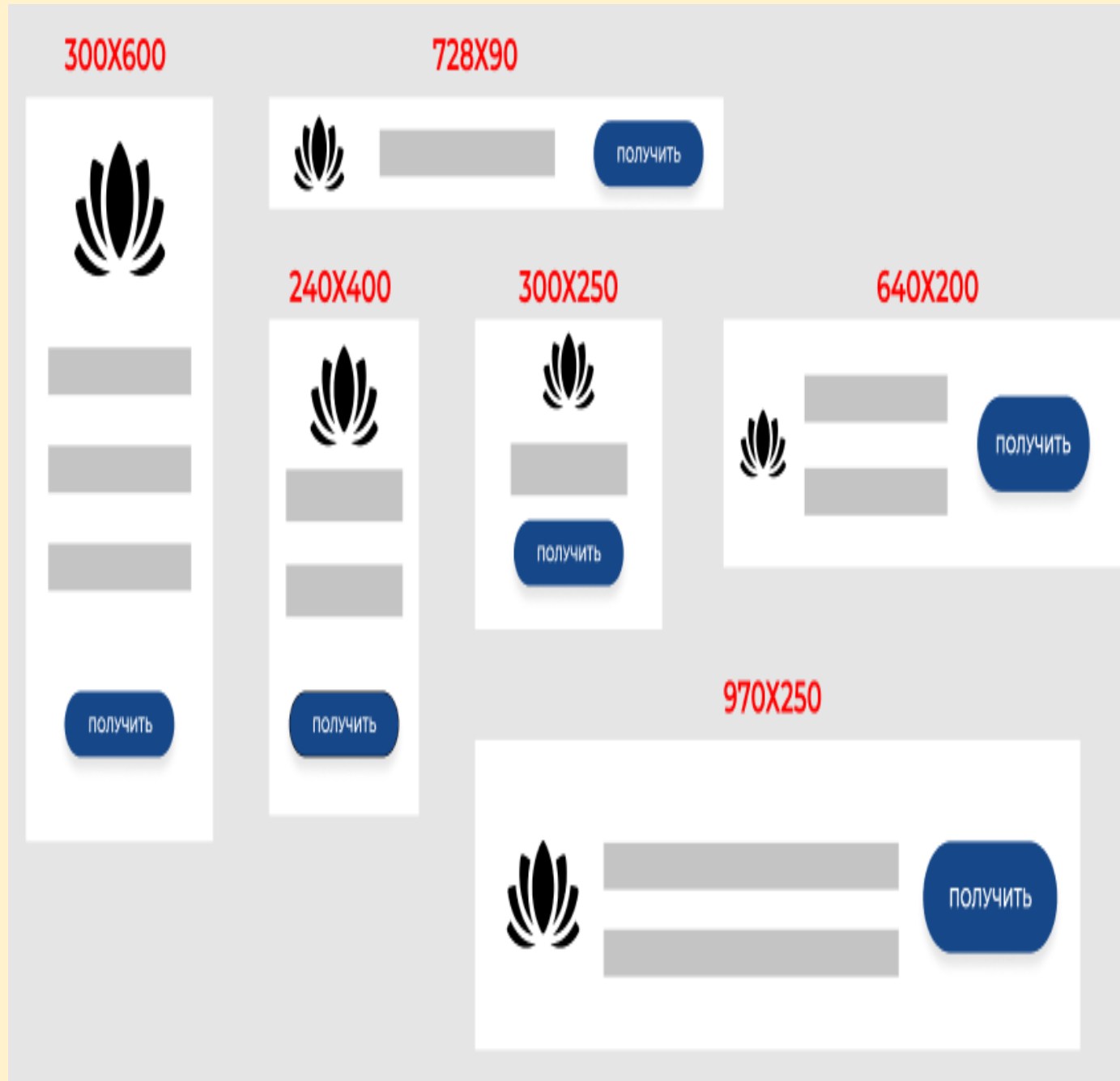
Механизированная стяжка, с высокими стандартам качества. Гибкая оплата.

Заказать стяжку

Көлемі бойынша баннерлер

Ең танымал өлшемдер-240x400,
728x90, 300x600, 300x250,
970x250, 640x200.

Маңызды! Өлшемдерді Яндекс
жарнамалық кеңселерінен
таңдауға болады.Тікелей
«*Яндекс.Директ*» және Google
Ads, сондай-ақ баннерді
орналастыру туралы келісетін
сайттарда.



Жарнамалық науқанның мақсаттары бойынша

Ақпараттық - компания өміріндегі жаңалықтар, жеңілдіктер, акциялар мен оқиғалар туралы ақпарат

Ішкі - сайт беттері: тауарлар, компания туралы ақпарат, жеткізу. Мысалы, тауарларды жеткізу шарттарына әкелетін баннерді орналастыру. Егер тауарды басқа елдерге жіберуге болатын болса, сатып алушылар үшін өте маңызды ақпарат: қалай бақылау керек, жеткізу мерзімі қандай, қай тасымалдаушы, құны қандай

Мақсатты - жарнама сіздің МА - ға бағытталған. Мысал: жаңа туған нәрестелерге арналған тауарлар жас аналар мен зейнеткерлерге бағытталған. Әйелдер туылмаған балаға тауарлар іздейді, ал зейнеткерлер немерелеріне сыйлықтар іздейді.

Ремаркетинг / ретаргетинг — пайдаланушыларды веб-сайтыңызға қайтаратын жарнама

Имиджевые - жарнама бренд туралы хабардарлықты арттырады

Баннерлердің артықшылықтары

1. Баннердің жеке дизайны: фотосурет, сурет, анимация, интерактивті немесе бейне қосу.
2. Аудиторияның бірнеше санатына назар аудару: МА назар аудару, жаңа пайдаланушыларды тарту немесе ұқсас аудиторияға жарнамаларды көрсету. Сіздің сайтыңызға бұрын кірген, бірақ өтінімге жетпеген пайдаланушыларды тарту. Яндекске тартудың бұл нұсқасы.Тікелей " қайта жоспарлау деп аталады, ал Google Ads — те-қайта жоспарлау.
3. Таргетингтің икемді баптаулары: демографиялық белгілері мен пайдаланушылардың қызығушылықтары бойынша таңдау.
4. Жарнама берушімен өзара әрекеттесу нұсқаларын көрсету мүмкіндігі: телефон нөміріне қоңырау шалу, сайтқа өту, мессенджерде сұрақ қою.

Практика жағдайы: жарнама беруші логотип, телефон нөмірі және үлкен жазуы бар баннер жасауды сұрады " шертпе емес, қоңырау шалыңыз!». Нөмірді теру пайдаланушы үшін ыңғайсыз болады деп ойладық, бірақ бір апта ішінде біз шығармашылықпен 18 қоңырау жинадық.
Қорытынды: аудиторияңызға ыңғайлы өзара әрекеттесу форматын таңдаңыз.



Баннерлік жарнаманың кемшіліктері

1. Мақсатсыз клики — жарнама мүмкін түсірген мақсатсыз аудитория.
2. Баннерлерді жылжыту және айналдыру үшін үлкен бюджет. Құны сіздің ұсынысыңызды орналастыруды ұсынатын сайттар мен жарнама берушілерге байланысты баннерлік жарнама жарнама бюджетіне айтарлықтай әсер етуі мүмкін.
3. Назойливость -баннерді жиі көрсету клиенттердің тітіркенуін тудырады. Теріс реакция болмас үшін өзектілікті тексеріп, шығармашылықты өзгерту.
4. "Баннерлік соқырлық" - сайттардағы ақпарат пен жарнамамен қанықтыру. Пайдаланушы сайттағы жалпы " шу " арасында жарнамаларды зерттеудің орнына қажетті материалды табуға тырысады. Сіздің міндетіңіз — баннерлерді орналастыратын сайттардың контекстіне сәйкес келетін жарқын жарнама жасау.

ТАУАРЛЫ

Өнім арнасының көмегімен жасалған динамикалық жарнамалар тауар деп аталады. Мұндай хабарландырулар тауар галереясында іздеу нәтижелері бойынша көрсетіледі: тауарлардың карточкалары, фотосуреті, атауы, тауардың бағасы.

Сонымен, пайдаланушы сайтқа кірмей, дүкеннің мазмұнын көреді. Оның сұрауына сәйкес.

An advertisement for IBM featuring a man in a blue suit pointing upwards. The IBM logo is visible on the left. The text 'What's behind the door? Explore the supply chain lab from IBM.' is displayed in a bold, black font on the right. Below the text is a 'Go now →' button.

What's behind the door?
Explore the supply chain lab from IBM.

Go now →

L'ORÉAL
PARIS

NEW
**LASH SERUM
SOLUTION**



**DENSER, THICKER-LOOKING
LASH FRINGE IN 4 WEEKS**

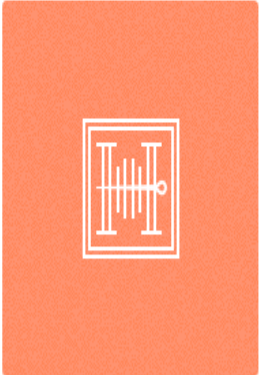

BUY NOW

Мәтінмәндік жарнаманың басты ерекшелігі-жарнаманы мақсатты аудиторияға тарату мүмкіндігі. Дәстүрлі бұқаралық ақпарат құралдарында жарнама үшін аудиторияны бөлу мүмкін болмаса да, контекстік жарнама тек таңдалған өлшемдерге сәйкес келетіндерге — мысалы, жынысы, жасы, қаласы немесе құрылғысы — немесе бұрын жарнамаланған өнімдерге немесе қызметтерге қызығушылық танытқандарға қол жеткізуге мүмкіндік береді.

000

All done! Ready to submit. Draft Submit Ad
Edited on Oct 2, 2017 at 11:00 am

Image Logo (optional)



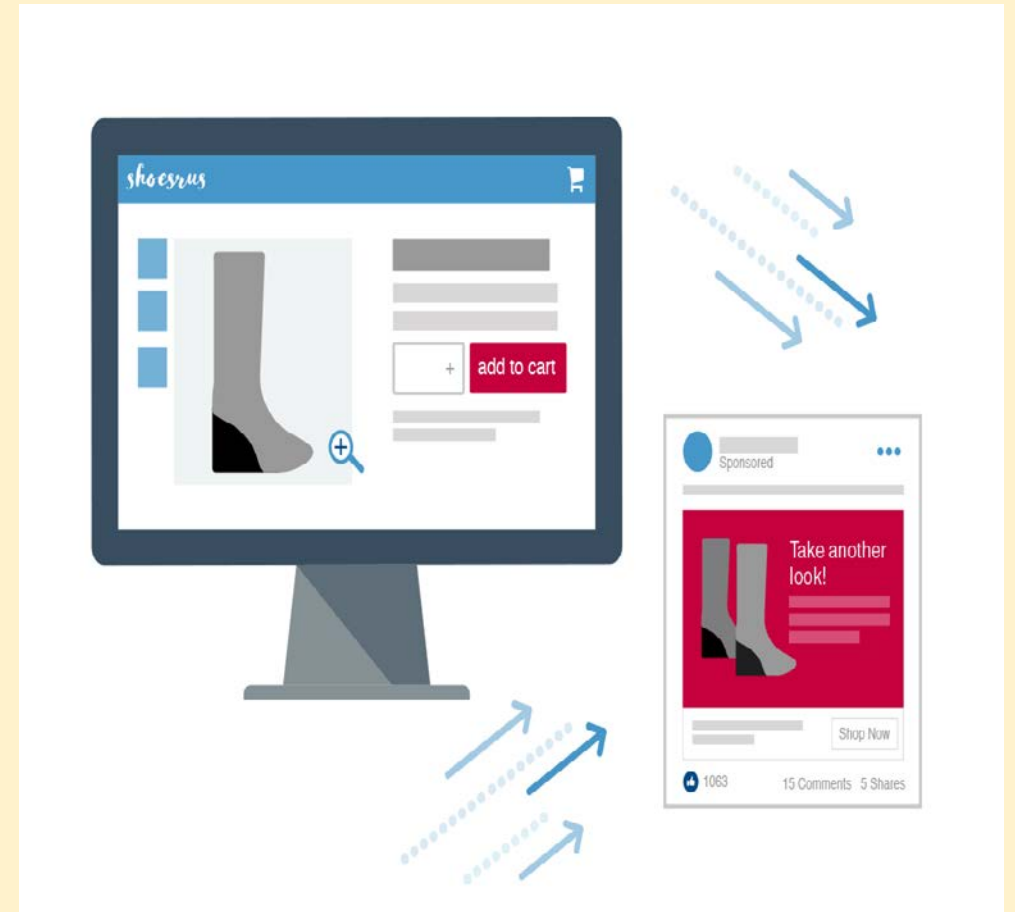
Link

Интернеттегі контекстік жарнаманың барлық түрлерінің маңызды ерекшелігі бар, атап айтқанда, егер келуші жарнаманы (мәтін, баннер немесе видео) басса, жарнамаланатын өнім немесе қызмет туралы көбірек ақпарат бар бет ашылады. Яғни, осы жарнамалардың әрқайсысында жарнама берушінің веб-сайтына апаратын еренсілтеме бар.

Интернеттегі жарнаманың тағы бір ерекшелігі-оның автоматтандырылуы. Яғни, жарнамалық науқандардың көптеген мәселелері арнайы бағдарламалармен орындалады. Мысалы, жарнамаларды көрсету тәртібі автоматты түрде анықталады, шертудің орташа бағасы, жұмсалған бюджет мөлшері және тағы басқалар есептеледі.

Ремаркетинг

Ремаркетинг - бұл сіздің сайтыңызға бұрын кірген пайдаланушыларға қол жеткізуге мүмкіндік беретін функция. Сіздің жарнамаларыңыз контекстік медиа желісіндегі басқа веб-сайттарға кірген кезде көрсетілуі мүмкін (Google AdWords). Сондай-ақ, сіздің сайтыңызға кірген аудиторияға Яндекске жүгінуге мүмкіндік беретін функционалдылық. Директ ретаргетинг деп аталады. Ремаркетингі орнату "ремаркетинг тізімдері" деп аталатындардың көмегімен жүзеге асырылады. Google AdWords және Яндекс екеуі де. Тікелей, ремаркетинг/ретаргетингі орнату үшін жарнамалық жүйенің шоттарын аналитикалық жүйемен байланыстыру керек.



Ремаркетингтің түрлері
(барлық келушілер үшін, сайттың белгілі бір бөлімдеріне келушілер үшін, кез-келген мақсатқа жеткен адамдар үшін және т. б.)



Динамикалық ремаркетинг мұндай жарнаманы одан да тиімді етеді, өйткені пайдаланушы белгілі бір сайтта қызығушылық танытқан тауарлар мен қызметтердің жарнамаларын көреді, бұл көп жағдайда көрсетілген жарнамаларға жауап беруді жақсартады.

Мобильді қосымшаларға арналған
Ремаркетинг белгілі бір мобильді сайтқа
кірген немесе белгілі бір мобильді
қосымшаны іске қосқан пайдаланушыларға
жарнамаларды көрсетуге мүмкіндік береді.



**UNLOCK*
SUMMER
SURPRISES
WITH**
Coca-Cola

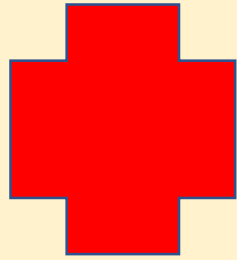
*NO PURCHASE/SCAN/APP NECESSARY. Must have Coca-Cola account. Device required for some prizes. Starts at 1:00 pm ET on 4/29/19 and ends at 12:59 pm ET on 7/31/19. To play, for alternate methods of entry, Official Rules, Epic Fridays, & complete details, visit www.coca.com. Void where prohibited. ©2019 The Coca-Cola Company.



Audi Q3

The all-new, reimagined Q3

Learn more >



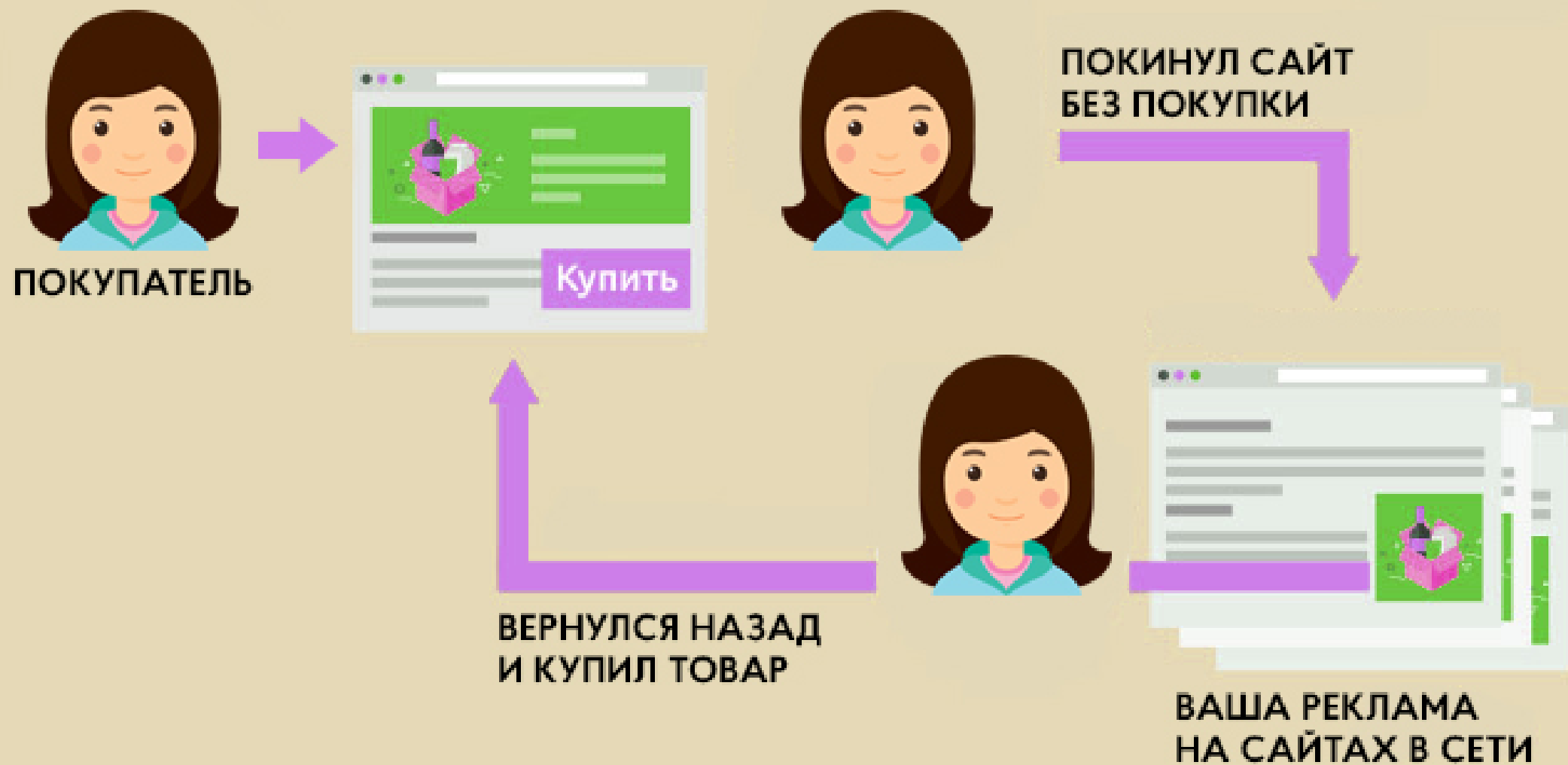
1. Тауарларға немесе қызметтерге сұраныс төмендейді. Әрбір өнім танымалдылықтың өсуі мен төмендеу кезеңдеріне ие.

2. Қымбат тауарлар/қызметтерді сату. Бірінші рет қымбат өнім сатылмайды. Клиентпен кем дегенде екі-үш қайта Байланыс қажет болады. Люкс сегментіндегі клиенттік база өте шектеулі, сондықтан жұмыс Сайтта және ремаркетинг әдістерімен жүзеге асырылады.

3. Кросс-сату, қосымша сату. Сайтта сатып алған клиенттерге қосымша өнімдер ұсынылады. Мысалы, адам ұялы телефон сатып алып, интернет-дүкеннен кетті. Оған гаджетке арналған мұқабалар, қорғаныс экрандары және басқа керек-жарақтар туралы баннерлік жарнама" қуып жетуге " жіберіледі.



ПРИНЦИП РАБОТЫ РЕМАРКЕТИНГА



Ремаркетингтің негізгі стратегиялары

Сайттан сатып алмай немесе мақсатты әрекет жасамай кеткен келушілермен жұмыс істеудің үш стратегиясын бөліп көрсетуге болады:

**Жүйелі
ремаркетинг**

**Уақытша
ремаркетинг.**

**Сплит
тестілеу**

Ұзақ сату циклі бар тауарлар мен қызметтер үшін қолайлы. Мысалы, пәтерлер, автомобильдер, яхталар, жарнамалық қызметтер және басқалар. Клиент ұсыныспен бірінші рет танысқан кезде қымбат өнімді сатып алмайды. Таңдау процесі бірнеше айға созылады. Бұл жағдайда "клиенттің ұмытып кетуіне жол бермеу" стратегиялық маңызды.

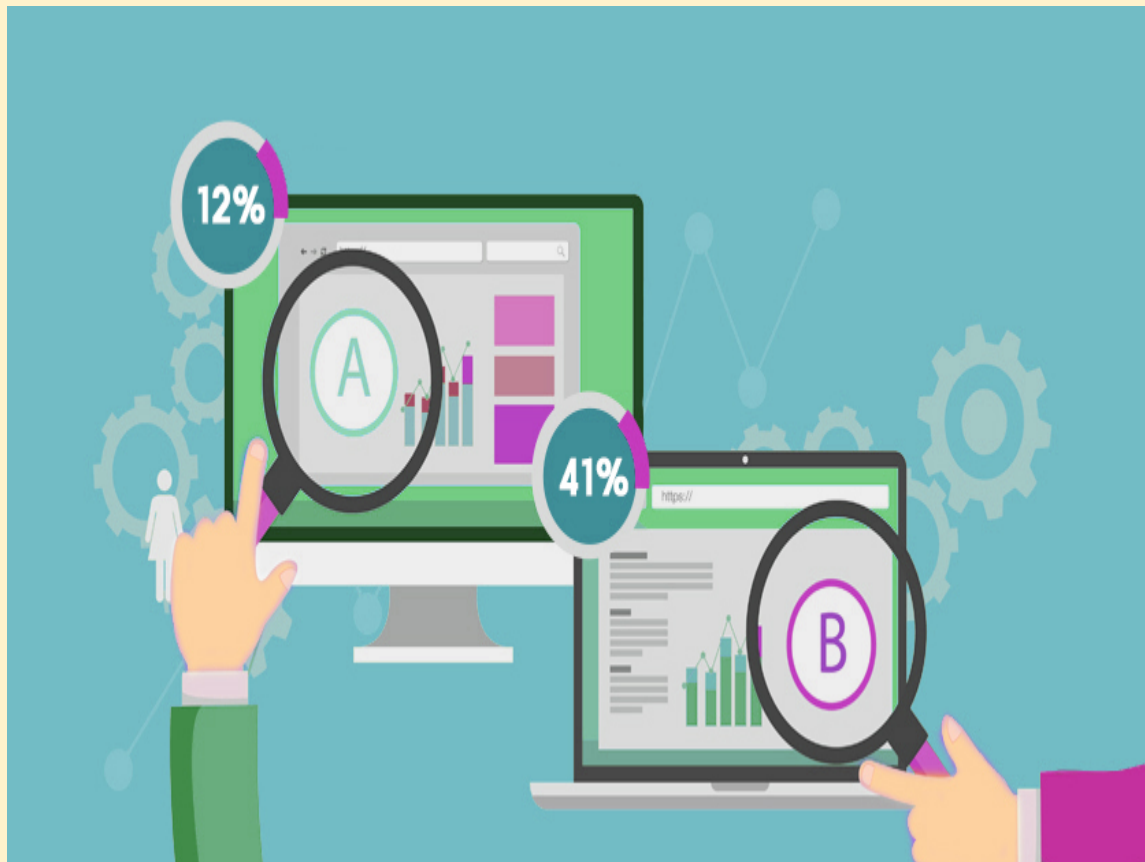
Келушіге негізгі өніммен байланысты әртүрлі ұсыныстар көрсетіледі. Бұл жеңілдіктер, акциялар, балама шешімдер және басқалар болуы мүмкін.

Жұмыс тек дүкен сайтында ғана емес, сонымен қатар серіктестік желілерінде, әлеуметтік желілердегі топтарда, ізденісте жүргізіледі. Клиент қай жерде пайда болса, оған тиісті жарнама таратылады.

Жүйелі ремаркетинг

Келушілерге компанияның клиенттері болуға немесе кейінге қалдырылған сатып алуларға оралуға шақыратын түрлі жарнамалар көрсетіледі. Бірізді әдіске қарағанда, жарнамалық материалдар барлық пайдаланушылар үшін бірдей, ал әсер ету кезеңі уақыт бойынша қатаң шектелген. Мысалы, клиентке UTR хаты, содан кейін қызықты тауарлар мен қызметтердің карталары жіберіледі. Егер клиенттен жауап болмаса, жеңілдік ұсыныстары, нақты клиенттердің пікірлері жіберіледі.

**Уақытша
ремаркетинг.**



Сплит тестілеу

Бұл ремаркетинге пайдаланушылардың сатып алуы үшін үздік конверсиясын қайтару мақсатында қандай жарнамалық хабарландырулар екенін анықтау үшін A/B тестілеу технологиясын пайдаланады

А/В тестілеу дегеніміз не?

А / В тестілеу - бұл веб-беттің тиімділігін бағалау және басқару үшін қолданылатын маркетингтік әдіс. Бұл әдіс сплит-тестілеу деп те аталады (ағылшын тілінен. split testing-бөлек тестілеу).

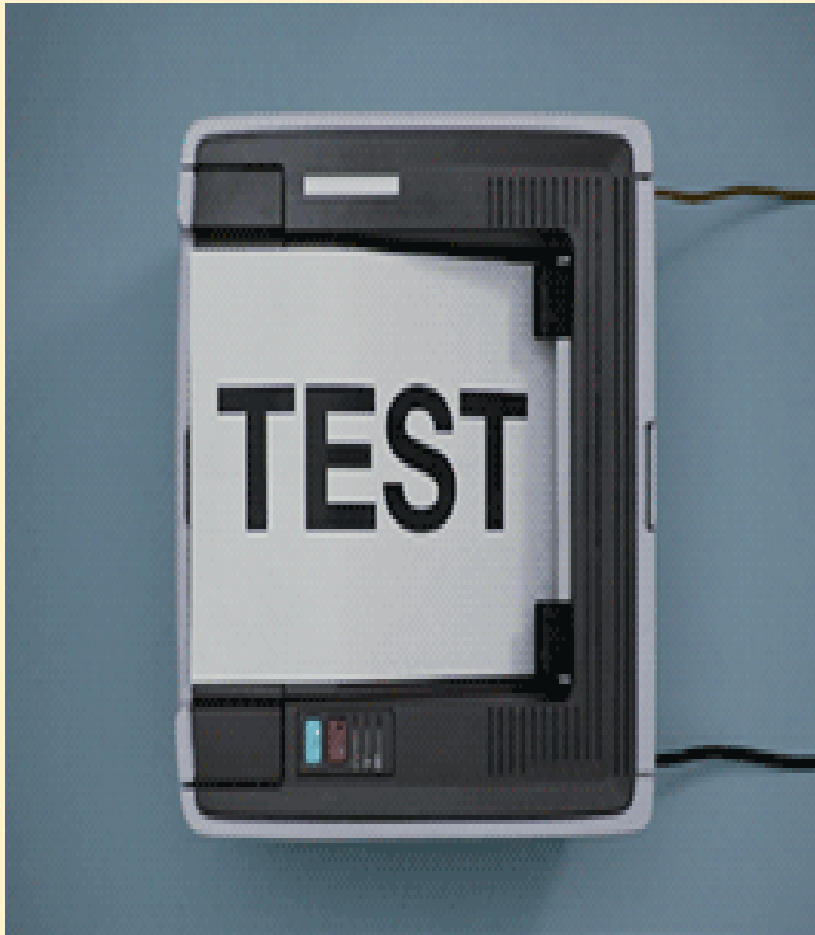
А / В тестілеу веб-беттің екі нұсқасының сандық көрсеткіштерін бағалауға, сондай-ақ оларды бір-бірімен салыстыруға мүмкіндік береді. Сондай-ақ, сплит-тестілеу беттің өзгеруінің тиімділігін бағалауға көмектеседі, мысалы, жаңа дизайн элементтерін қосу немесе әрекетке шақыру. Бұл әдісті қолданудың практикалық мәні - оның тиімділігін арттыратын бет компоненттерін іздеу және енгізу.



А / В тестілеу - бұл конверсияға әсер ететін, сатуды ынталандыратын және веб-жобаның кірістілігін арттыратын қолданбалы маркетинг әдісі. Сплитті тестілеу қолданыстағы веб-беттің өлшемдерін бағалаудан (а, тексеру парағы) және оны жақсарту жолдарын іздеуден басталады.

Мысалы, Сіз Интернет-дүкен құрдыңыз. Осы дүкеннің қону парағын 2% айырбастау бағамымен елестетіп көріңіз. Маркетолог бұл көрсеткішті 4% - ға дейін арттырғысы келеді, сондықтан бұл мәселені шешуге көмектесетін өзгерістерді жоспарлайды.

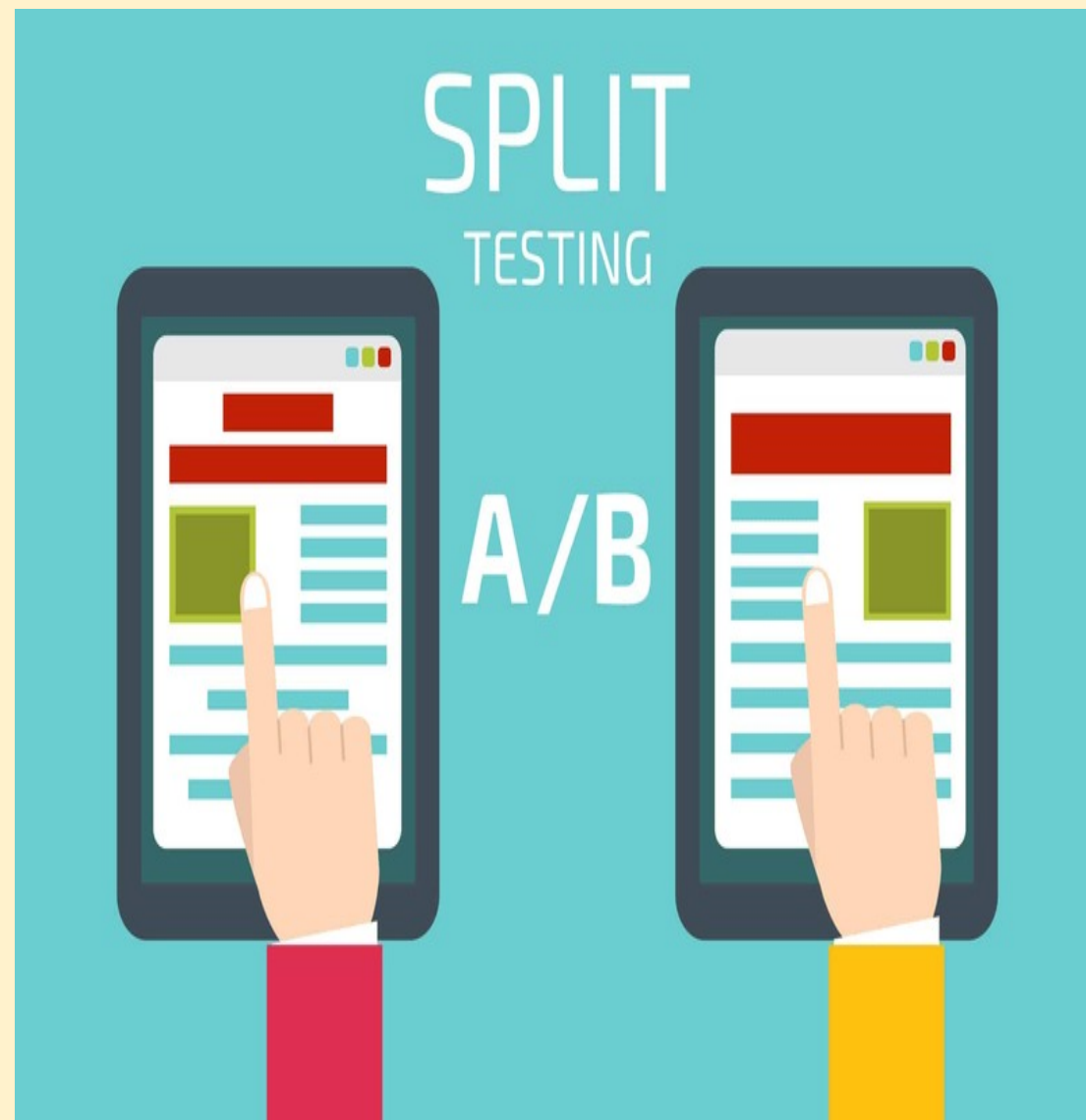
Интернет-маркетингтің тиімділігін бақылау үшін көрсеткіштерді талдау



Айталық, маман конверсия түймесінің түсін бейтарап көктен агрессивті қызылға өзгерту арқылы оны көрнекі етеді деп болжайды. Бұл сатылымның өсуіне және конверсияның өсуіне әкелетінін тексеру үшін маркетингтік веб-беттің жетілдірілген нұсқасын жасайды (В, жаңа бет).

Сплиттік тестілеу құралдарын қолдана отырып, сарапшы кездейсоқ А және В беттері арасындағы трафикті шамамен екі тең бөлікке бөледі. Салыстырмалы түрде айтқанда, келушілердің жартысы А бетіне, ал екінші жартысы В бетіне түседі. Тестілеудің дұрыстығы мен объективтілігін қамтамасыз ету үшін сайтқа әлеуметтік желілерден, іздеуден, контекстік жарнамадан және т. б. келген келушілердің 50% - ын А және В беттеріне жіберу қажет.

Жеткілікті ақпарат жинап, маркетолог тест нәтижелерін бағалайды. Жоғарыда айтылғандай, А бетінің конверсия жылдамдығы 2% құрайды. Егер в бетінде бұл көрсеткіш 2,5% болса, онда конверсия түймесінің көгілдірден қызылға өзгеруі қону тиімділігін арттырды. Алайда конверсия көрсеткіші қажетті 4% - ға жеткен жоқ. Сондықтан маркетолог А/В тестілеу арқылы бетті жақсарту жолдарын іздейді. Сонымен қатар, Қызыл конверсия батырмасы бар бет бақылау ретінде әрекет етеді.



Көбінесе маркетологтар веб-беттердің келесі элементтерін сынайды:

Айырбастау түймелерінің мәтіні мен сыртқы түрі, сондай-ақ олардың орналасуы.

Тақырып және өнім сипаттамасы.

Конверсиялық пішіндердің өлшемдері, сыртқы түрі және орналасуы.

Беттің орналасуы және дизайны.

Тауардың бағасы және бизнес-ұсыныстың басқа да элементтері.

Тауарлардың суреттері және басқа суреттер.

Беттегі мәтін саны.

Технологияның артықшылықтары:

- ❖ Конверсияның өсуі. Компаниямен және оның өнімдерімен бұрыннан таныс жылы аудиторияға назар аудару бюджетті үнемдеуге және сатылымды арттыруға мүмкіндік береді.
- ❖ Бренд, өнім, қызмет туралы ескерту. "Көзге көріну" - бұл ұранмен ремаркетингтің мәнін сипаттауға болады. Егер клиент сатып алғысы келсе, бірақ сатып алмаған болса, онда оны кейін баратын барлық сайттарда жасауды еске салу керек.
- ❖ Маркетингке салымдардың өтелімділігі. Тиісті жарнамаға жауап априори жоғары, сондықтан үлкен шығындарды қажет етпейді.

Ремаркетингтің кемшіліктеріне жарнаманың интрузивтілігі, жарнама блокаторларының болуы (AdBlock және басқалары), пайдаланушылардың баннерлік соқырлығы жатады.

GUCCI

Print Discounted Labels for £2.25

ShipStation

Try It Free!

No Credit Card Required

 **Hermes**

