

Нативная реклама в Интернете. Как измерить результат?

Булат Гарипов, руководитель проекта

Что такое нативная реклама?

Нативная реклама (от англ. native advertising) – это «естественная» реклама: она приобретает форму и характеристики той платформы, на которой размещается. Она не похожа на обычную рекламу, поэтому, по идее, не должна вызывать чувство отторжения у читателей, а также помогает избежать явления баннерной слепоты.

Некоторые факты

- 53% пользователей говорят, что им приятнее смотреть на нативную рекламу, чем на баннеры*
- Мобильный натив обеспечивает в 6 раз выше конверсию, по сравнению с традиционными баннерами*
- На 18% больше пользователей, готовых совершить покупку именно после просмотра нативной рекламы, а не обычной*

Минутка аналитики

- **Statista** рассказали, что в 2016 году США уже потрачено более **\$5 млрд** на натив¹
- **Adweek** прогнозируют, что в 2018 году будет потрачено **\$8,8 млрд** на натив²
- **Content Marketing Institute** оценивают траты на натив в 2018 году в объеме **\$21 млрд**³
- **Business Insider** полагают, что к 2021 в США **74%** доходов с РК будет генерироваться за счет натива⁴

Источник 1 <https://goo.gl/ejnRdj>

Источник 2 <https://goo.gl/ijt1aN>

Источник 3 <https://goo.gl/UGUp31>

Источник 4 <https://goo.gl/jbwVdr>

Еще полминутки аналитики

- 45% рекламодателей использовали натив в 2016 году*
- по различным оценкам, рынок «нативки» в нашей стране вырос с 700 млн руб. в 2014 году до 3 – 8 млрд в 2016 году

* исследование IAB Russia

** по данным Adnetic

Истина №1

Задача – предоставить пользователю действительно качественную и полезную информацию и не мешать ему проводить время в Интернете так, как он хочет.

Истина №2

Рекламодатель не имеет права вмешиваться в спонсированный им материал

Бренд не просто получает доступ к читателям медиа, он использует его репутацию — пользователи доверяют рекламной публикации, потому что доверяют изданию.

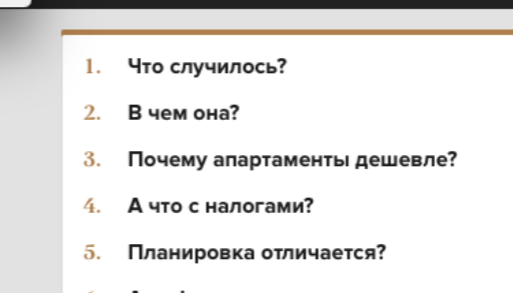
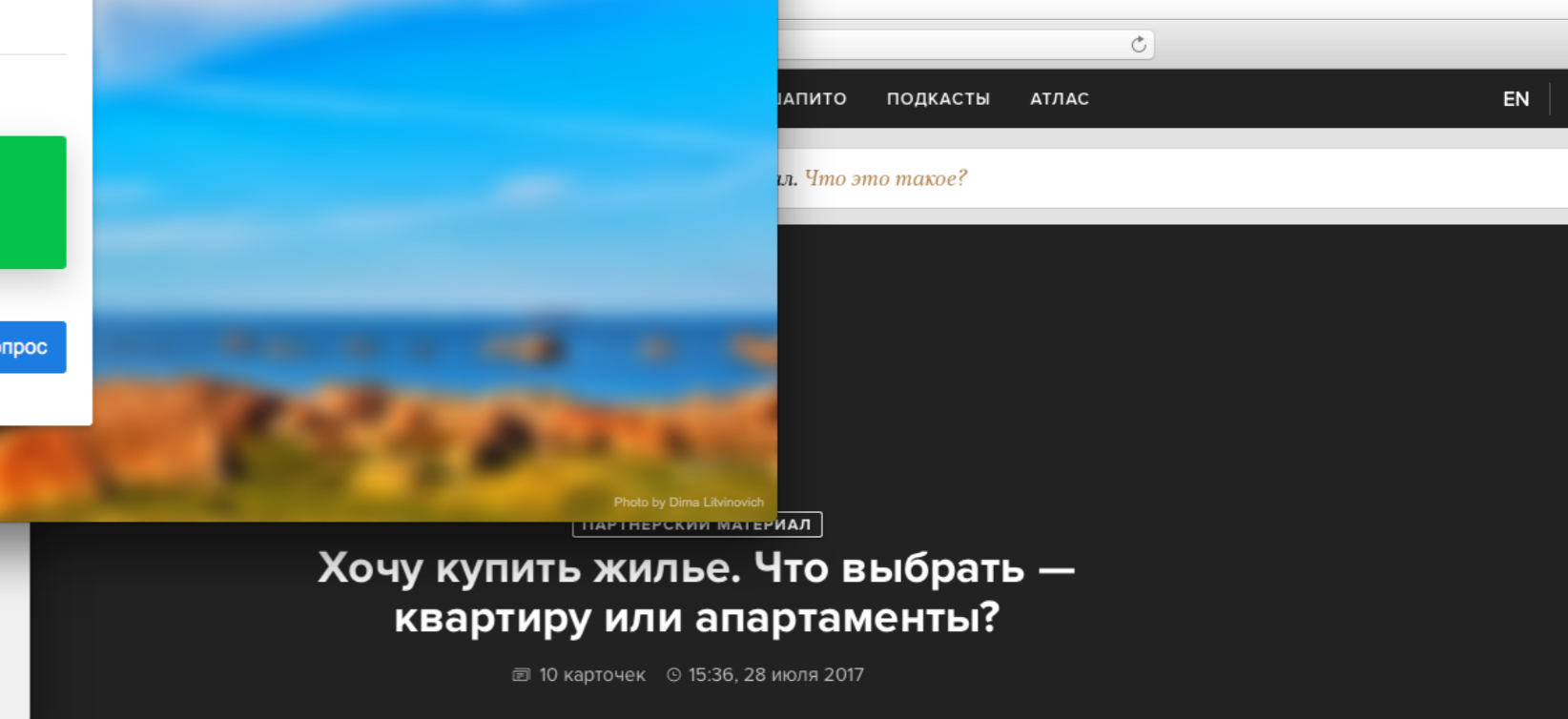
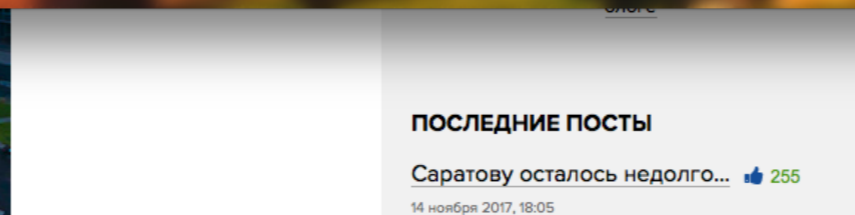
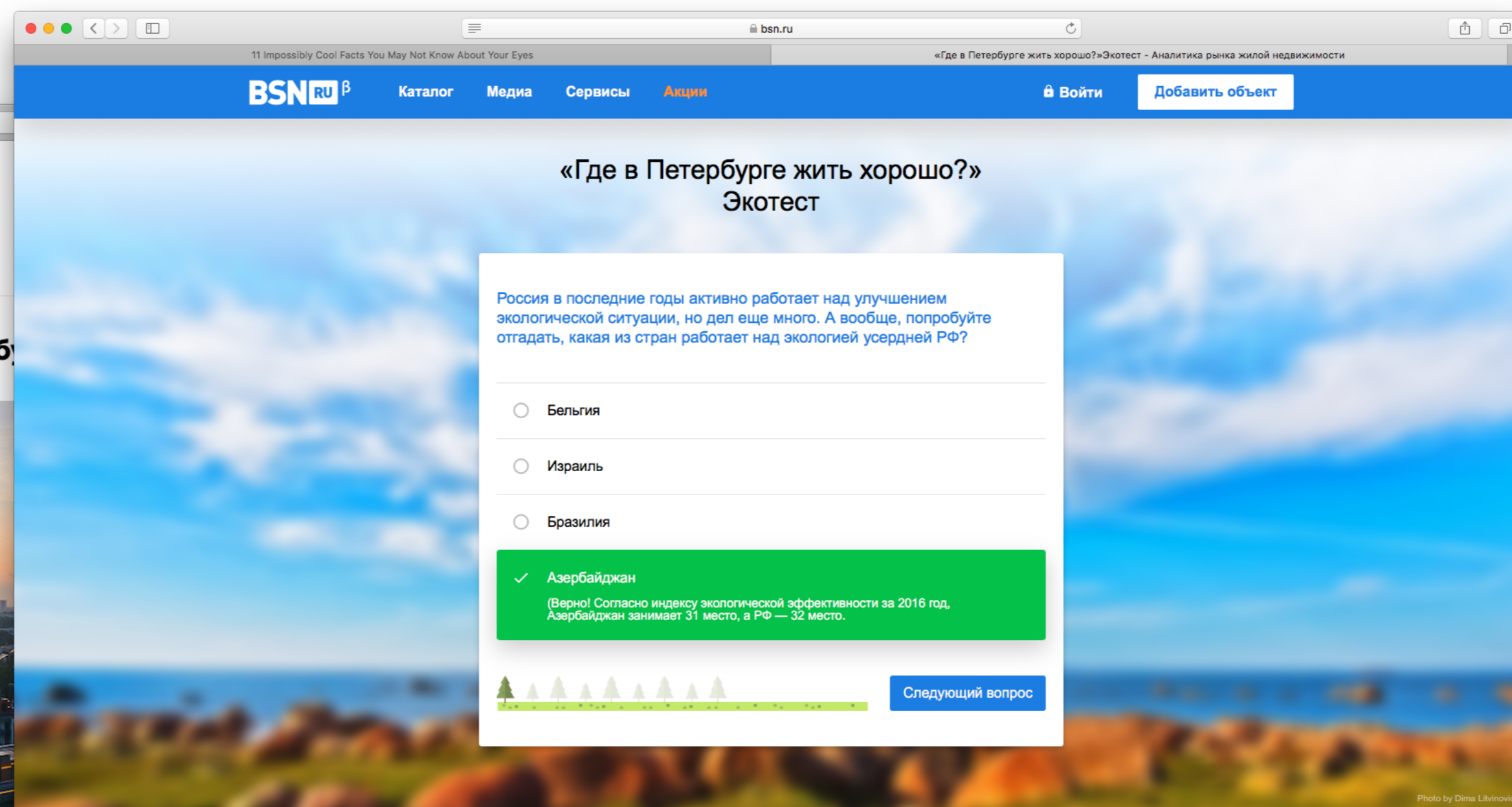
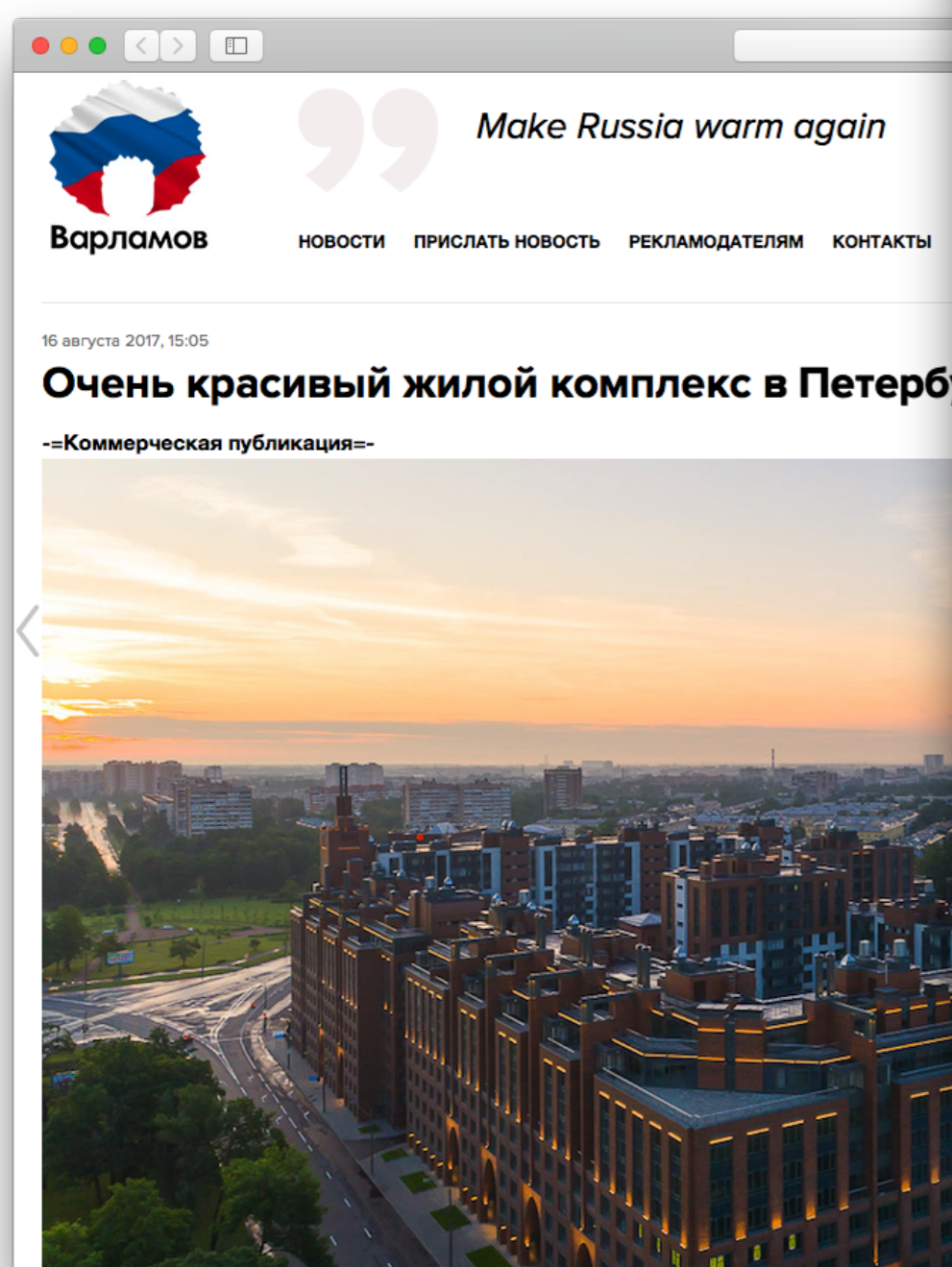
Типы нативной рекламы

Продвигаемые записи в соц сетях.

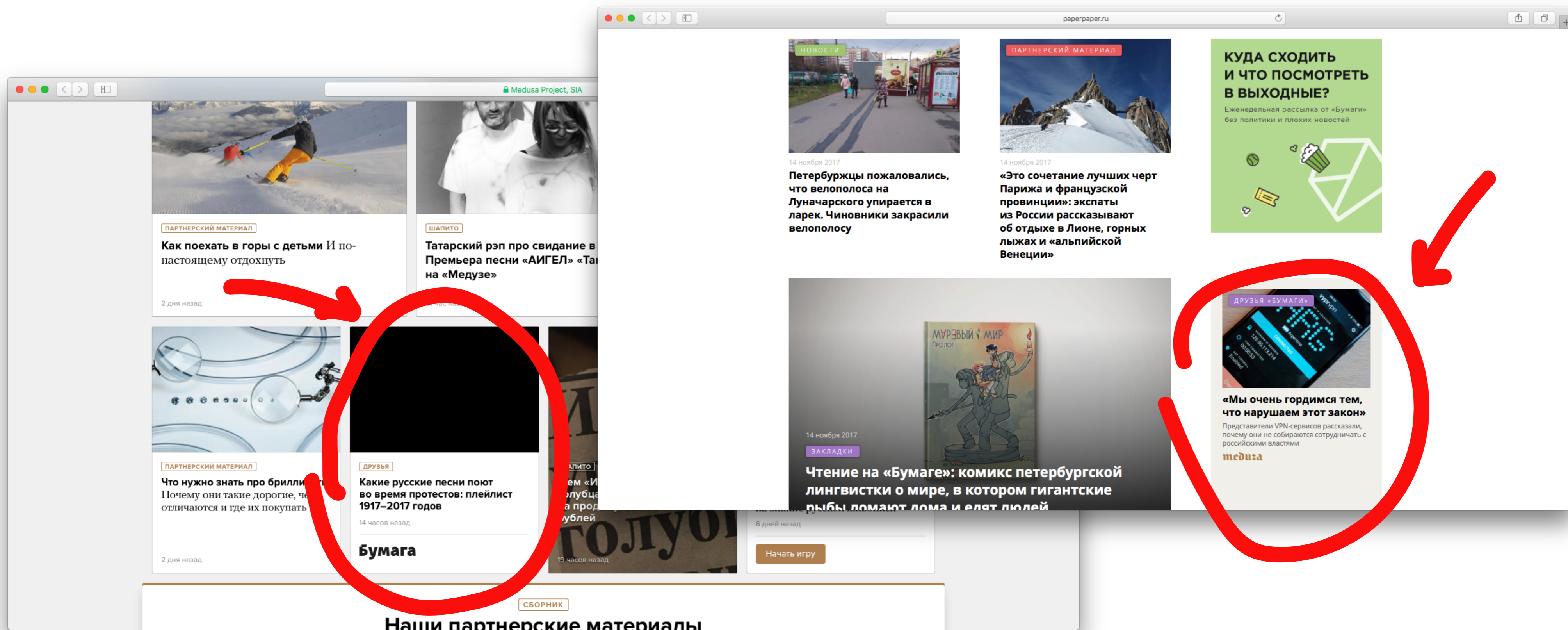
Контентный (спонсорский материал) – делается по образу и подобию редакционных материалов, нужен для глубокого вовлечения аудитории.

Дисплейный (тизеры) – нужен для генерации трафика на сайт и достижения большого охвата РК (без глубинного взаимодействия с пользователем).

Типы нативной рекламы. Контентный



Типы нативной рекламы. Дисплейный



Еще примеры

ПОЛИТИКА ОБЩЕСТВО ЭКОНОМИКА В МИРЕ ЗВЕЗДЫ ЗДОРОВЬЕ СПОРТ НАУКА АВТО НЕДВИЖИМОСТЬ МАГАЗИН РАБОТ

ВОСТИ 24

Новость часа
Арка Багдасарян или все штрафы на 103 и рублей

6 год российское кино по в прокате дную сумму в 0,6 тарда рублей

аведливой России" о выходе Мизулиной тии

10 января 12:30
Новый год - время покупать квартиру
Лучшие предложения от Кубанских застройщиков

7 января
Как привлечь в дом деньги?
Рождество — время чудес. Почему бы и нам не попробовать себя в роли волшебника на Рождество? — в этот день...

Федора рассказывает, куда исчезли Свиньева

"Обманутые жены" дали ответ Прокловой


щебень вторичный
Щебень вторичный с доставкой по Москве и области, заказа 800р/м3
mir-stroyka.ru
Адрес и телефон Москва

ПОКУПАЙ НА shop.kp.ru

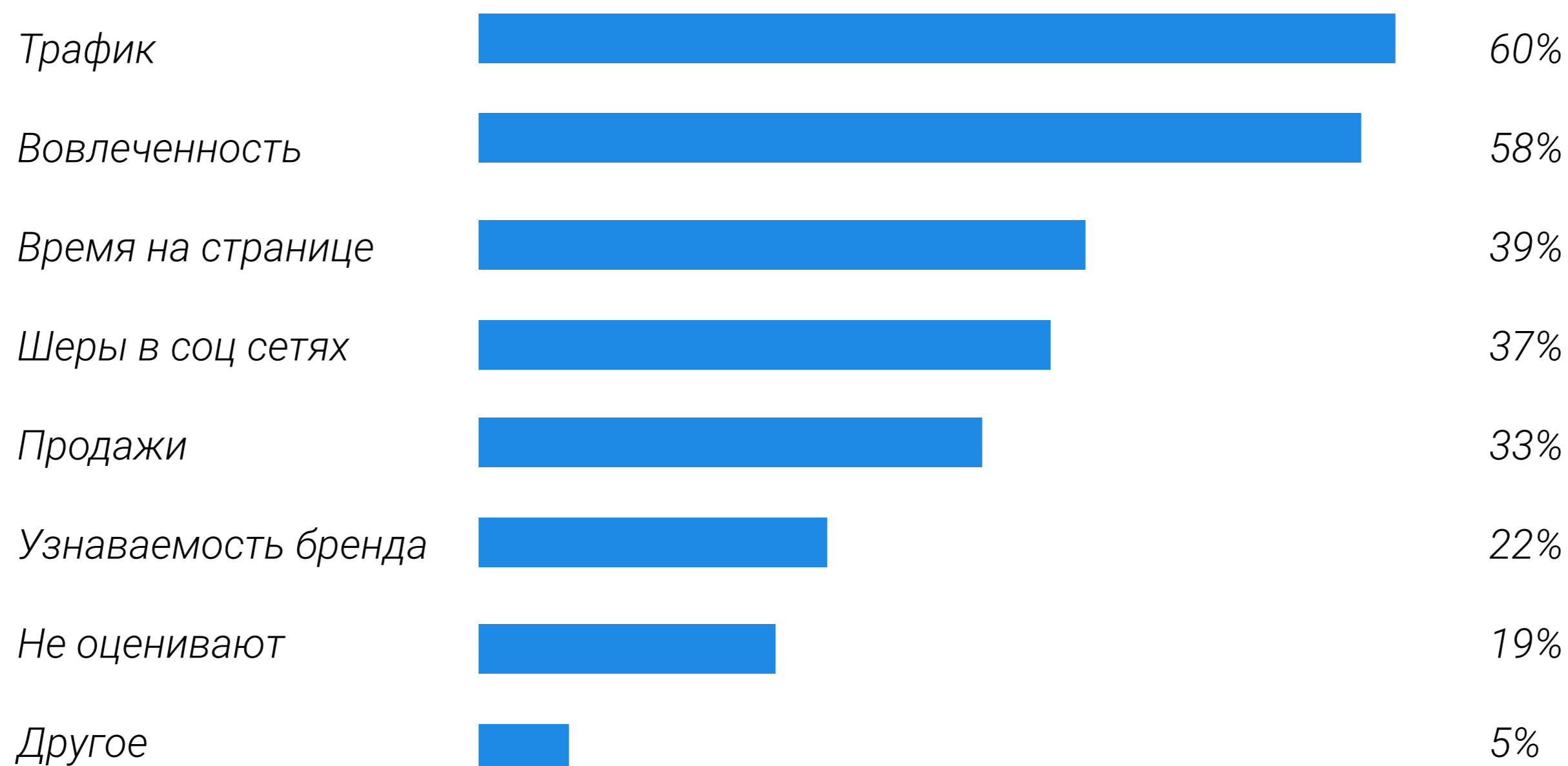
ПОВИЩА КУЛЬТУРЫ ИМ НИЗКИМ ЦЕНАМ!

ЖК «Времена года»

Жилой комплекс будет включать в себя 16 монолитных домов от 5 до 8 этажей, разделенных по цветовым оттенкам на 4 «сезонных» квартала: зима, весна, лето и осень. Какое время года вам по душе - в тот дом и...



Как медиа оценивают эффективность спонсорских материалов?



Все медиа по разному оценивают эффективность спецматериалов. Договариваться о KPI нужно до начала кампании. Хороших исследований российского рынка пока нет, но среди американских издателей больше половины ориентируются на трафик.

Спасибо за внимание!

Остались вопросы? Пишите!

pm@bsn.ru

