**Альтернативные методы рекламы в интернете**

Ирина Стрельникова, специалист по интернет-рекламе компании ITECH.promo

Стандартные общепринятые методы рекламы часто используются бездумно, просто потому что так легче и удобнее. А чаще всего и не нужно изобретать велосипед, чтобы добиться поставленных целей. Но иногда возникают нестандартные ситуации, в которых использование обычных рекламных средств не только не приносит пользы, но может оказать и негативный эффект. В таких случаях не стоит жалеть времени на обдумывание и реализацию оригинальных подходов к решению проблемы.

Работая в своё время в компании, которая занималась аудиорекламой, я столкнулась со следующей ситуацией. Салон мужских костюмов «Т» анонсировал скидки на товары в честь праздника 23 февраля. Рекламная кампания продолжалась и позднее, в Международный женский день 8 марта. Заказчики очень хотели поздравить женщин с праздником и при этом прорекламировать мужские костюмы. Вот что из этого получилось: «Милые дамы! Салон «Т» поздравляет Вас с праздником, желает выглядеть всегда красивыми в сопровождении представительных мужчин. А сделать Ваших спутников такими помогут костюмы из салона «Т», тем более, что сейчас объявлены грандиозные скидки на всю коллекцию!».

Заказчик был в восторге, а вот потенциальные покупатели смеялись и издевались над непутевым салоном «Т».

Этот пример я привела для того, чтобы показать, как неэффективны и даже губительны могут быть стандартные рекламные приемы, применяемые бездумно. Такие ситуации возникают не только в офлайн-рекламе, но и в интернете, когда деньги заказчика зачастую растрачиваются попусту, не принося реального эффекта. В статье я хотела бы привести несколько примеров интересных решений рекламных кампаний в сети интернет, которые были использованы на конкретных проектах.

Пример 1. Реклама эксклюзивных коллекционных игрушек

Предыстория: Сайт состоит из нескольких страниц, на которых размещена информация о производителе, краткое описание игрушек и фото каждой игрушки. Заказчик, будучи знаком с поисковым продвижением, попросил продвижение по запросам «Подарки», «магазин подарков». При этом размер бюджета не предполагал продвижения по высококонкурентным запросам.

Задача: Привести на сайт целевую аудиторию: женщины 20-50 лет, мужчины 35-50 лет, имеющие достаток выше среднего; побудить их к покупке коллекционных игрушек.

Решение:

1. Размещение статей рекламного характера на женских порталах с фото игрушек и ссылками на сайт заказчика. Статья размещается на главной странице или на первой странице нужного раздела в среднем в течение 2-х недель. Далее статья перемещается в архив.

2. Размещение фотографий игрушек с описанием и ценами в социальных сообществах. Например, ВКонтакте существует сообщество, посвященное продаже авторских украшений ручной работы.

3. Размещение контекстной рекламы по дешевым запросам в тематике «Подарки». Например, запрос «эксклюзивные игрушки» - 48 показов, CTR = 6 ,25 % (спецразмещение), предполагаемый месячный бюджет – 80 рублей.

4. Размещение игрушек в Яндекс.Маркет.

Сложности в реализации:

1. Много времени уходит на отслеживание коммуникаций в социальных сообществах.

В результате:

1. Средняя цена размещения статьи – 9 000 рублей в месяц (от 2 000 рублей - в зависимости от популярности ресурса)

2. Размещение описаний в социальных сообществах – бесплатно

3. Контекстная реклама – в зависимости от количества запросов.

При этом на сайт приходят только целевые пользователи. Посещаемость зависит от количества и качества размещенной информации (можно регулировать).

Пример 2. Реклама телевизионного канала семейного направления

Предыстория: На сайте телевизионного канала размещена подробная телепрограмма, анонсы передач с подробным описанием тем. Представлена информация о ведущих канала. Основное направление канала – транслирование передач, фильмов и других интересных для семейного просмотра программ.

Задача: Увеличить узнаваемость семейного телевизионного канала среди пользователей сети интернет, увеличить посещаемость официального сайта канала.

Решение:

1. Размещение динамических баннеров в поисковых системах.

2. Продвижение сайта по «социально-информативным» запросам, которые затрагиваются в программах ТВ канала (например: подростковая преступность, здоровье молодежи).

3. Размещение контекстной рекламы по запросам, соответствующим названиям фильмов. Начало размещение каждого объявления – за неделю до показа фильма, Окончание – в день показа.

4. Продвижение по низкоконкурентным фразам, связанным с каналом, с ведущими канала, с известными передачами.

Сложности в реализации:

1. Размещение баннеров в поисковых системах дорого и больше связано с имиджевой рекламой. Возможно, посещаемость сайта за счет такого размещения существенно не поднимется.

2. Контекстные объявления в большом количестве трудно отслеживать без предоставления оперативной информации от заказчика.

3. Трудно отследить эффективность размещения банера, т. к. значительное число пользователей будут просто включать телевизор, а не заходить на сайт.

В результате:

1. Минимальная сумма заказа баннерной рекламы на Yandex – 2 1000 рублей

2. Было подобрано около двухсот низкочастотных «социально-информативных» запросов.

Пример 3. Реклама культурно-исторического портала города

Задача:

Привлечение внимания жителей города к его истории, информирование молодежи о культурных событиях в городе. Привлечение внимания к городу туристов из России и зарубежья, политических деятелей.

Решение:

1. Размещение портала на площадке регионального хостера, трафик с которого не обсчитывается городскими провайдерами, т. е. он доступен для жителей города бесплатно.

2. Продвижение портала по всем запросам, в которых упоминается название города, а также по всем запросам-именам известных людей, так или иначе связанных с городом.

3. Создание сообществ в социальных сетях на основе информации с портала.

4. Размещение рекламы на сайтах, посвященных туризму в России.

Сложности в реализации:

1. Хостинг, предоставляемый местным провайдером, очень медленный и нестабильный. Долгая загрузка сайта может раздражать пользователей.

В результате:

1. Размещение баннеров на туристических порталах – от 2 000 рублей в месяц.

2. размещение статей на туристических порталах – от 1 000 рублей за статью.

Пример 4. Реклама для сайта компании, занимающейся дизайном интерьера

Задача: Привлечение заказчиков, которых интересует эксклюзивный, дорогой дизайн интерьера, необычные решения в интерьере.

Решение:

1. Продвижение по низкочастотным запросам, связанным с интерьером (Например, «дизайн-проекты москва», прогноз показов в месяц по Яндекс.Директ – 106).

2. Размещение реализованных в компании проектов на строительных порталах, специализированных дизайнерских порталах.

3. Размещение на продвигаемом сайте статей о новых тенденциях в дизайне интерьера, модных направлениях, которые были реализованы или планируются к реализации в компании. Дальнейшее продвижение этих статей по низкоконкурентным запросам, отражающим модные тенденции (Пример запроса: «комната в стиле «Т»»).

Сложности в реализации:

1. Разный формат размещения данных на порталах требует большое количество информации со стороны клиента.

В результате:

Размещение на порталах информации о реализованных проектах как бесплатно, так и на платной основе (от 1 000 рублей за проект). Средняя цена размещения – 4 000 рублей.

В заключение хотелось бы отметить, что это далеко не все возможные варианты решения поставленных задач, а только те, которые удовлетворяли выделенным бюджетам. Рассмотренные примеры показывают, что не всегда стоит составлять рекламную кампанию в интернете «в лоб», используя только стандартные средства. В большинстве случаев существуют нестандартные варианты, которые дадут больший эффект за те же вложения. Такой формат рекламы иногда называют разновидностью информационной кампании. Клиентам поисковых контор я бы хотела порекомендовать узнавать о такой услуге у исполнителей.

Часто такая кампания

- решает поставленные заказчиком задачи,

- имеет более целевую направленность, а также

- значительно уменьшает риски, связанные с поисковым продвижением, при котором размер целевой аудитории и посещаемость ресурса напрямую зависит от стороннего фактора – алгоритма поисковых систем.

Используйте средства сети интернет для рекламы по максимуму!