

**Реклама недвижимости в
Интернете.
Поиск эффективных решений.**

Узкоцелевые площадки

То, о чем знают все.

Критерии оценки эффективности

Охват
CTR
CPM
CPC (цена за клик)



Правило одной корзины

Цели и задачи
рекламной
кампании

Проблема выбора...

Проблема выбора эффективных площадок

1. Этап отсеивания по объективным параметрам
(мало, плохо, дорого)



2. Этап расстановки приоритетов:



парадигма

*Любое рекламное
место порой
срабатывает или
не срабатывает
непредсказуемо*



правила



Правило № 1

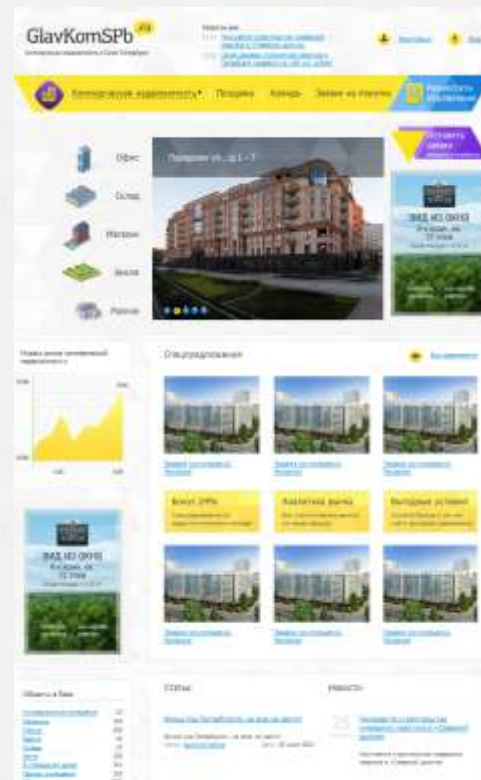
При равенстве критериев
эффективности рекламных площадок...

предпочтение отдается

тематической площадке

+ы тематической площадки:

- Фокусировка на целевой аудитории
- Реклама не раздражает
- Рекламные форматы адаптированы под задачи рекламодателя
- Принципиально более высокий уровень интереса пользователя по сравнению с другими источниками (контекстная реклама, социальные сети и т.д.)



Правило № 2

При равенстве критериев эффективности
с тематической площадкой...

предпочтение отдается
«узкотематической» площадке

+ы «Узкотематической» площадки

- o Все преимущества тематической площадки
- +
- o Нет «размывания» аудитории (сознательного или не сознательного)
- o Максимально адаптированный функционал (поиск, параметры объектов) и контент (статьи, мнения экспертов и т.д.)
- o Специалисты более узкой компетенции.
- o Более высокая конверсия

Спасибо за внимание!

GlavKomSPb .ru

Коммерческая недвижимость в Санкт-Петербурге

LifeDeluxe

Элитная недвижимость Петербурга

Тел. Рекламного отдела:

+7 (812)329-36-37

+7 (952)392-40-32

ldreklama@gmail.com

Санкт-Петербург, проспект Юрия Гагарина, д.1, офис 420