

## АНАЛИЗ ВЕДЕНИЯ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь

Харлап Ольга Александровна, Сегодня Дарья Александровна

ШкорО. Н. - старший преподаватель

Контекстная реклама — это такой тип рекламы в интернете, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, контекстом интернет-страницы. Контекстная реклама действует избирательно и отображается посетителям интернет-страницы, сфера интересов которых потенциально совпадает/пересекается с тематикой рекламируемого товара либо услуги, целевой аудитории, что повышает вероятность их отклика на рекламу. Контекстная реклама действует избирательно и отображается посетителям интернет-страницы, сфера интересов которых потенциально совпадает/пересекается с тематикой рекламируемого товара либо услуги, целевой аудитории, что повышает вероятность их отклика на рекламу.

Для определения соответствия рекламного материала странице интернет-сайта обычно используется принцип ключевых слов. На ключевые слова ориентируются и поисковые системы. Поэтому контекстная реклама с большей вероятностью будет продемонстрирована потребителю, который использует сеть Интернет для поиска интересующей информации о товарах или услугах.

Поисковая реклама показывается в результатах поиска по интернету (или по сайту). Обязательное условие показа поисковой рекламы – наличие в явной форме поискового запроса, заданного пользователем.

Тематическая реклама показывается на странице сайта, входящего в Рекламную сеть Яндекса, если тематика рекламы соответствует интересам пользователя. Тематическая реклама показывается как дополнительная информация к содержанию страниц, которые просматривает пользователь. Она находится в сфере его внимания.

В зависимости от формата объявления контекстная реклама может быть текстовой, баннерной и видеорекламой.

*Кликабельность (CTR — Click-Through Rate)* — соотношение количества Кликов к количеству Показов Рекламного объявления. [1]

Основные выводы:

1. Создание двух рекламных кампаний: Сеть и Поиск
2. На одно ключевое слово – одно объявление
3. Добавление минус-слов и плюс-слов
4. Проверка вручную всех объявлений
5. Создание отдельных кампаний для каждого региона
6. Отключение объявлений, которые не показываются
7. Создание двух кампаний: День и Ночь
8. Отключение неэффективных площадок
9. Создание A/B тестирования
10. Добавление ретаргетинга
11. Увеличение посещаемости за счёт добавления низкочастотных запросов
12. Добавление динамических объявлений

Список использованных источников:

1. <http://help.yandex.ru/direct/>