



ОСНОВАТЕЛИ GOOGLE
ДО СИХ ПОР ЮТЯТСЯ
В СИЛИКОНОВОЙ ДОЛИНЕ

факт такой работы, отказались давать комментарии по возможным усовершенствованиям AdSense.

На вопрос о росте оборота русскоязычной части AdSense с момента открытия российского представительства нам тоже не ответили, поскольку Google не предоставляет информацию о региональных финансовых показателях. Количественные данные (сколько объявлений сейчас откручивается в сети, сколько ключевых словосочетаний используется) о состоянии русского AdSense Google по нашему запросу не предоставил.

МИНУСЫ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ

Несмотря на интуитивную привлекательность и прозрачность механизмов ценообразования, контекстная реклама не является панацеей от всех бед для рекламодателей и угрозой всем прочим видам интернет-рекламы. Негативные стороны контекстной рекламы являются продолжением ее достоинств.

Первая отрицательная черта — сложность управления. Простота опубликования рекламного объявления и понимание того, из чего складывается его стоимость, вовсе не

гарантируют того, что непрофессионал сможет провести эффективную рекламную кампанию. Расчет наиболее эффективной ставки (которая в общем случае не является максимальной) — дело не то чтобы очень сложное, но требующее навыка. По меньшей мере рекламодатель должен знать, что ее нужно рассчитывать, сравнивая затраты на публикацию контекстного объявления с прибылью, полученной от посетителя. Кроме того, цены на популярные слова меняются очень быстро, поэтому один раз рассчитать оптимальные параметры и успокоиться тоже не получится. Да

и само составление работающих объявлений — отдельная наука. Надо сказать, что и «Бегун», и «Яндекс» эти проблемы осознают и регулярно проводят семинары и мастер-классы, посвященные основам контекстной рекламы.

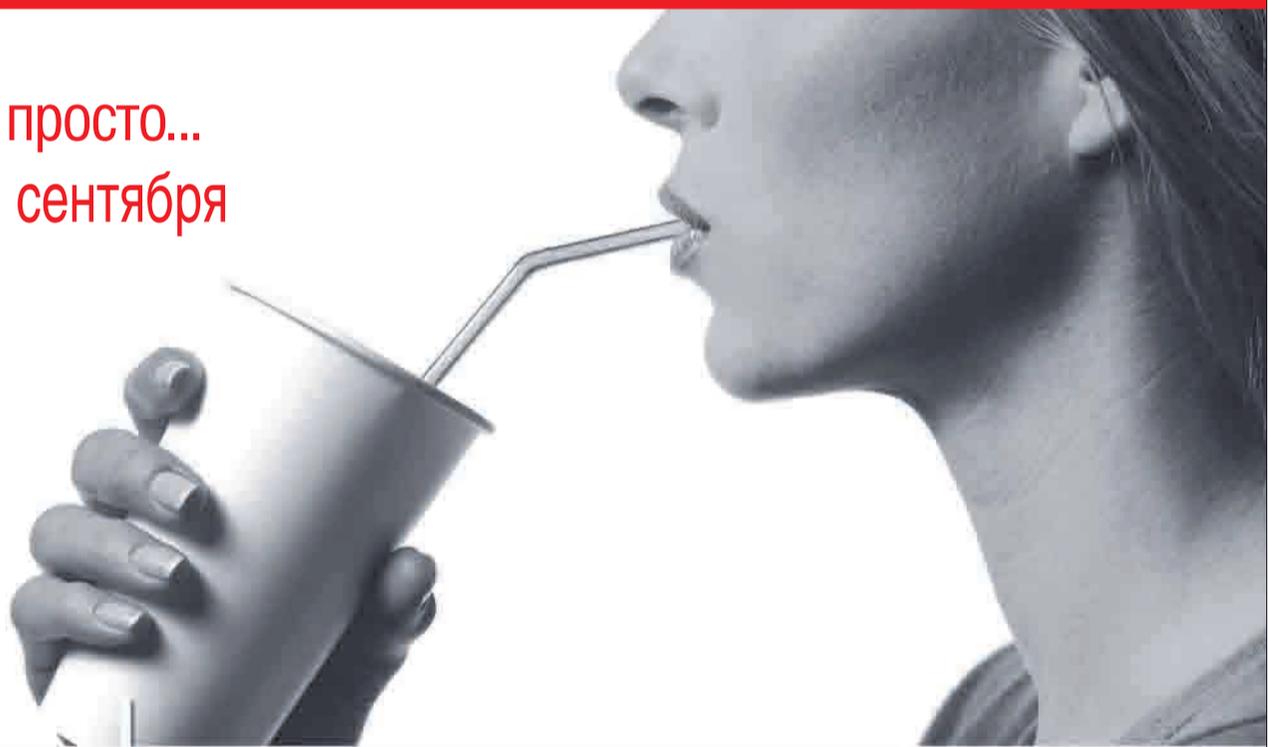
Рекламные интернет-агентства к «контексту» в большинстве своем относятся довольно равнодушно, в списке услуг если и упоминают, то вскользь. Подобное пренебрежение, скорее всего, вызвано тем, что зарабатывают агентства прежде всего на медийной рекламе. Контекстная реклама для них не столько непосредственный источник прибыли, сколько способ обеспечить клиенту более качественный сервис. При необходимости контекстные кампании проводятся, но обычно в комплексе с медийными. «Иногда бывают кампании вообще без контекста, — говорит Валентина Коваль из агентства Promo Interactive, — но обычно на контекст уходит от 10 до 30% бюджета».

Вторая проблема — контекстная реклама внутренне близка к classifieds. Как правило, это очень конкретные, коротко написанные объявления о продуктах и услугах. Если же речь заходит об имиджевой рекламе, то здесь контекстная реклама бесполезна, потому что она в принципе не способна сформировать у пользователя потребность, она работает как бы на подхвате у остальных рекламных технологий.

Наконец, проблема номер три — недостаточный контроль. Неопытный рекламодатель, полагающий, что после составления объявления можно спокойно сидеть и ждать повышения продаж, нередко становится жертвой мошенничества. По данным консалтинговой компании Click Forensics, опросившей 1,3 тыс. специалистов по маркетингу в сети, 14% всех кликов являются мошенническими. Глобальных исследований, где на большой выборке с применением понятной методологии анализируется реальная уязвимость контекстной рекламы, пока нет. Однако и Google, и Yahoo! уже приходилось выплачивать компенсации рекламодателям, обратившим внимание на резкое снижение конвертируемости посетителей. Даже рекламодатели «Яндекса», у которого до последнего времени партнерская сеть состояла из довольно короткого списка крупных проверенных ресурсов, порой отказываются от показов своих объявлений на партнерских сайтах. Со снижением порога вхождения «Яндексу» предстоит столкнуться с теми проблемами, которые уже несколько лет пытается решить «Бегун». ■

TOSHIBA

e-studio163/203 так же просто...
спецпредложение - с 1 сентября



Новые многофункциональные устройства КОПИР-ПРИНТЕР-СКАНЕР

Работу с моделями e-STUDIO163/203 от Toshiba отличает простота даже в том, что касается подготовки к работе. В стартовый комплект входят тонер, барабан, девелопер, устройство комплектуется драйверами для печати с помощью интерфейса графических устройств (GDI), а для сканирования используется TWAIN-драйвер. После несложной установки в офисе вы сможете начать печатать, сканировать и копировать документы, не теряя времени. Модели e-STUDIO163/203 также обладают расширенным набором новейших функций, необходимых для вашей повседневной работы.

Московское представительство
TOSHIBA TEC GERMANY IMAGING SYSTEMS GMBH Тел.: +7 (495) 642 89 19



www.easycopiers.ru

Товар сертифицирован

Реклама