

БГ Сайт 2008

Импресия или клик

Венци Костов, httpool България

Импресия или клик

Кое от двете ни трябва?

- За **Рекламодалелят** това е най-важния въпрос на който трябва да си отговори:
 - Имидж или трафик?
 - За **Медиата** е това, което носи по-големи приходи:
 - eCPM.
-

Импресия или клик

Кое можем да си позволим?

Рекламодателят:

- В зависимост от бюджета.
- Наличието на време и умения за закупуване.
- Наличен инвентар на медиите по време на кампанията.
- Подходяща технология.

Медиата:

- Наличният инвентар.
 - Опит в управление на инвентара.
 - Кога и в каква степен.
-

Импресия или клик

Какво да очакваме?

Рекламодаателят:

- При покупка на импресии получава безплатно кликове!
- При покупка на кликове безплатни са импресиите!

Медиата:

- При продажба на импресии – висок, но непостоянен във времето eCPM.
 - При продажба на кликове – нисък, но сравнително постоянен eCPM.
-

Импресия или клик

Кога да купуваме и двете?

Рекламодателят:

- Когато не знае кое точно му трябва.
- Когато очевидно само едното не дава очаквания ефект.
- Когато иска да си подsigури качествен трафик в една премиум кампания.

	импресии	виждания	CPM/CPC	бюджет	CTR	клика
Премиум	600 000	~100%	15 лв	9 000 лв	0.5%	3 000
Перформанс	милиони безплатни	20-40%	0.5 лв	1 500 лв	14%	3 000
тотал	милиони			10 500 лв		6 000

Импресия или клик

Кога да продаваме и двете?

Медиата:

- Само импресии, ако успява да продава над 75% средно-годишно от наличния инвентар, на достатъчно висока за пазара и категорията на сайта цена.
 - Продава само на клик докато не продаде първата импресия.
 - Във всички други случаи продава инвентара си комбинирано.
-

Импресия или клик

Кога да продаваме и двете?

Средно-статистически сайт с годишен капацитет от 50 000 000 импресии, които добре продава в рекламното си пространство, усвоява едва 20-50% от наличния инвентар продавайки го на импресия CPM.

Песимистичен вариант при продажба 20% на CPM

	импресии	eCPM	приходи	
Премиум	10 000 000	7 лв	70 000 лв	
Перформанс	40 000 000	0.5 лв	20 000 лв	22%
тотал			90 000 лв	

Оптимистичен вариант при продажба 50% на CPM

	импресии	eCPM	приходи	
Премиум	25 000 000	8 лв	200 000 лв	
Перформанс	25 000 000	0.5 лв	12 500 лв	6%
тотал			212 500 лв	

Импресия или клик

Рекламодалеля

- Да формулира целите на кампанията навреме!
- Да контролира и прави промени по кампанията си ежедневно, доколкото технологиите го позволяват!
- Да не очаква да получи гаранции за импресии и/или кликове, за които не е платил!

Медиата

- Да анализира инвентара си дългосрочно!
 - Да управлява инвентара си ежедневно!
 - Да преследва максимален eCPM!
-

БГ Сайт 2008

Импресия или клик

Венци Костов, httpool България
