

image not found or type unknown



Контекстная реклама — это различные объявления (текстовые, графические, видео), которые показываются пользователям в соответствии с их поисковыми запросами, интересами или поведением в интернете. Контекстная реклама показывается в поисковых системах, на различных сайтах, в мобильных приложениях и на других ресурсах.

Основные типы рекламных кампаний в Яндекс.Директе и Google Ads:

- **Поисковая реклама.** Реклама в результатах поиска Яндекса или Google.
- **Кампании в Рекламной сети Яндекса или контекстно-медийной сети Google Ads.** Реклама на сайтах, в приложениях и на других ресурсах партнеров рекламных систем.
- **Смарт-баннеры в Яндекс.Директе.** Это объявления с динамическим контентом, который формируется с учетом интересов пользователя на основе фида (файла, который содержит информацию о товарном ассортименте).
- **Торговые кампании Google.** Формат подходит для e-commerce и позволяет рекламировать товары в виде привлекательных карточек с изображением и ценой.
- **Реклама мобильных приложений в Яндекс.Директе и универсальные кампании для мобильных приложений в Google Ads.**
- **Баннер на поиске Яндекса.** Показывается справа от результатов поиска в Яндексе, но не в виде стандартных текстовых объявлений, а в виде красивого изображения
- **Видеореклама.** Интерактивная реклама в формате видео. Если запускаете рекламу в Google Ads, в качестве площадки можете выбрать YouTube.

Участниками контекстной рекламы выступают:

- владелец площадки, где размещается рекламный баннер;
- рекламодатель;
- системы, организующие контекстную рекламу (Begun, Яндекс, Google).

Сервисы контекстной рекламы позволяют рекламодателям и площадкам для размещения рекламы находить друг друга.

ВИДЫ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ

Поисковая реклама- Отображается на странице поисковых систем в зависимости от запроса пользователя, введенного в строку поиска.

Тематическая реклама- Размещается на ресурсах, схожих с продвигаемым по тематике (блоги, новостные порталы, тематические сайты).

Медийная реклама- Графический рекламный блок, размещаемый в поисковых системах или на тематических площадках.

Таргетированная реклама- Рекламные блоки, направленные на определенную группу целевой аудитории или на показ в определенное время.

К плюсам контекстной рекламы относят:

- воздействие на группу посетителей, которые заинтересованы вашими товарами или услугами;
- высокую скорость реакции на объявление — уже через пару часов после размещения будет первый поток нового трафика;
- можно управлять кампанией в удобном формате (отключать показы, изменять количество объявлений, оплату за переход клиентов);
- оплачиваются только реальные посетители;
- цену за переход определяет рекламодатель.

К недостаткам контекстной рекламы относят:

- как только заканчиваются средства на счете, объявление перестает показываться;
- для поддержания рекламной кампании необходимы временные и финансовые ресурсы;
- наличие искусственных заказных кликов по объявлениям, которые не приносят рекламодателю пользы.

Источники:

1. <https://elama.ru/blog/kontekstnaya-reklama-osnovy/>
2. https://webprojects.ru/articles/context/chto_takoe_kontekst/