

image not found or type unknown



Эффективность рекламы является одним из предметов анализа интернет-маркетинга.

Существует несколько показателей при оценке эффективности рекламы для сайта. Одним из показателей является посещаемость сайта. Именно посещаемость является показателем для специалистов по интернет рекламе. Число посещений на единицу времени позволяет оценить рекламную мощность сайта.

Следующим показателем эффективности – CTR(синоним - кликабельность). На многих сайтах мы можем увидеть рекламу «перейдите по ссылке и получите скидку 10%». Человек переходит, оставляет свою почту и ему присылают купон на скидку. Таким образом, этот человек заинтересовался компанией/товаром и он автоматически при введении своей почты уже попадает в базу, для рассылки дальнейшей рекламы.

Чем больше было сделано «откликов» , тем выше оценка рекламы сайта.

$$CTR = N_{\text{click}} / N_{\text{view}} * 100\%$$

Где  $N_{\text{click}}$  – кол-во нажатий на рекламное сообщество

$N_{\text{view}}$  – кол-во показов рекламного сообщества посетителю веб-сайта.

СТВ – показатель эффективности интернет-рекламы. Отражает Конверсию посетителей.

Измеряется:

$$СТВ = N_{\text{clients}} / N_{\text{visitors}} * 100\%$$

Покупатели/ Посетители \* 100%

СТІ – показатель эффективности интернет-рекламы.

Измеряется:

$$СТІ = N_{\text{interest}} / N_{\text{visitors}} * 100\%$$

Заинтересованным считается тот, кто вернулся снова на страницу, либо пролистал несколько страниц.

Все выше перечисленные покатали можно использовать и как самостоятельные показатели и так же их можно сочетать друг с другом.

Таким образом, на основании их изменений можно сделать выводы – эффективна ли реклама или нет.