

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ АРБІТРАЖУ ТРАФІКУ

Купоцва М.С.

Науковий керівник – ас.каф. «Маркетингу» Златова І.О.

Поняття арбітраж трафіку з'явилося відносно недавно, по суті це перенаправлення (слив) трафіку з одного джерела на інший. Тобто ви купуєте трафік в одному місці і зливаєте його на свій сайт. Але поняття арбітражу трафіку на увазі те, що трафік ви лете саме з метою його монетизувати.[1] Як саме це відбувається:

Спочатку необхідно мати акаунт на тій рекламній площадці (далі РП), на якій ми хочемо розміщуватися. Розглянемо варіант з РП mail.ru myTarget (далі МТ). Створивши обліковий запис будь-якими з запропонованих можливих способів, на бюджет цієї рекламної компанії. Далі нас чекає підготовка рекламних матеріалів, сайту прокладки (landingpage), збір цільової аудиторії. Почнемо з підготовки сайту прокладки, він повинен повністю відповідати і максимально відображати суть реалізованого товару. Виконуючи призначення (залишити замовлення / контактні дені і тд) має бути просто і зрозуміло.

Після, необхідно зібрати цільову аудиторію, що максимально підходить під наш продукт. Зробити це можна вручну, відібравши групи і додатки в соціальних мережах, або автоматично, за допомогою сервісів-парсерів (wildo, cerebro, ok) Зібравши аудиторію, її необхідно завантажити на акаунт нашого рекламного кабінету. Найважливіша і відповідальна частина, підготовка рекламних матеріалів. Спочатку необхідно мати акаунт на тій рекламній площадці (далі РП), на якій ми хочемо розміщуватися. Розглянемо варіант з РП mail.ru myTarget (далі МТ). Створивши обліковий запис будь-якими з запропонованих можливих способів, на бюджет цієї рекламної компанії. Далі нас чекає підготовка рекламних матеріалів, сайту прокладки (landingpage), збір цільової аудиторії.[2]

Для заголовка і тексту об'яви умови приблизно такі ж як і для зображення, а для максимального ефекту, можна використовувати такі популярні в рекламі прийоми як: заклик до дії, використання чисел не кратних 5, персоналізованість тексту та питання на початку тексту.

Зображення мають приблизно 80% впливу на успішність компанії, заголовок 15%, текст оголошення 5% Далі завантажуюмо наші рекламні матеріали в нову, тільки створену рекламну компанію в акаунті МТ, виставляємо необхідні нам умови орієнтування,

настройки компанії, і очікуємо коли вони пройдуть обов'язкову модерацію. Після модерації, тести, ми запускаємо на мінімальній ставці рекламну компанію, і "відкрчуємо" на всі рекламні матеріали приблизно 1-2 тисячі показів, після чого дивимося на показники (CTR, CR) і робимо певні висновки, залишивши або вимкнувши ті чи інші оголошення .[3]

Після того як ми протестуємо оголошення 1-5 разів, Відсіємо, і виділимо в кінцевому рахунку 1, профітних, оголошення ми можемо запустити нашу компанію на весь бюджет виділений на дану РК. Зображення мають приблизно 80% впливу на успішність компанії, заголовок 15%, текст оголошення 5% . Далі завантажуюмо наші рекламні матеріали в нову, тільки створену рекламну компанію в акаунті МТ, виставляємо необхідні нам умови орієнтування, настройки компанії, і очікуємо коли вони пройдуть обов'язкову модерацію.

Після модерації, тести, ми запускаємо на мінімальній ставці рекламну компанію, і "відкрчуємо" на всі рекламні матеріали приблизно 1-2 тисячі показів, після чого дивимося на показники (CTR, CR) і робимо певні висновки, залишивши або вимкнувши ті чи інші оголошення .

Після того як ми протестуємо оголошення 1-5 разів, Відсіємо, і виділимо в кінцевому рахунку 1, профітнеоголошення, ми можемо запустити нашу компанію на весь бюджет виділений на дану РК. [4]

Список літератури:

1. Анар Бабаев, Николай Евдокимов, Андрей ванов. Контекстная реклама. Издательство «Питер», 2011 год.
2. Nichole Kelly. How to Measure Social Media. Издательство Pearson Education. 2013 год.
- 3.http://www.prostobiz.ua/biznes/biznes_start/stati/arbitrazh_trafika_legkiy_sposob_zarabotat_ili_bystryy_sposob_poteryat
4. <http://webmasters.ru/forum/f161/delaem-sait-pod-finansovye-offery-44576/>