

## Контекстная реклама

Контекстная реклама — тип интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, контекстом интернет-страницы (лат. contextus — соединение, связь).

Контекстная реклама действует избирательно и отображается посетителям интернет-страницы, сфера интересов которых потенциально совпадает/пересекается с тематикой рекламируемого товара либо услуги, целевой аудитории, что повышает вероятность их отклика на рекламу.

Для определения соответствия рекламного материала странице интернет-сайта обычно используется принцип ключевых слов. На ключевые слова ориентируются и поисковые системы. Поэтому контекстная реклама с большей вероятностью будет продемонстрирована потребителю, который использует сеть Интернет для поиска интересующей информации о товарах или услугах. Почти все поисковые машины в сети Интернет используют системы контекстной рекламы для получения прибыли (например, рекламные сети Яндекс.Директ и Google AdWords, которые являются источником прибыли компаний Яндекс и Google, соответственно). Системы контекстной рекламы позволяют размещать рекламу как на страницах с результатами поиска по определенным ключевым словам, так и на сайтах, установивших блоки контекстной рекламы на своих страницах.

## Виды контекстной рекламы

В зависимости от формата объявления контекстная реклама может быть текстовой, баннерной, а также видеорекламой.

### Текстовая

В качестве рекламного объявления используется обычный текст с гиперссылкой (открытой или оформленной в виде фрагмента текста).

### Баннерная

Рекламное объявление, основанное на визуальном изображении (от англ. banner — флаг, транспарант, графическое изображение рекламного характера) . Баннер может быть полностью в виде картинки, либо картинка с сопутствующим текстом и ссылкой.

При этом дополнительно выделяются следующие разновидности баннерной рекламы:

Статичное графическое изображение — простая, неподвижная картинка

Динамичное графическое изображение — как правило, анимированные изображения (в формате gif), мини-мультфильм

Интерактивные баннеры — где пользователю предлагается выполнить то или иное действие с картинкой. Например, кликнуть в определенном месте баннера, решить арифметический пример, ответить на вопрос и т. д.

Видеореклама

В качестве рекламного объявления используется специально подготовленный видеоролик, также содержащий, как правило, гиперссылку.

Типы контекстной рекламы

По типу в контекстной рекламе выделяют поисковую и тематическую.

Поисковая реклама — демонстрируется среди результатов поиска (в том числе по отдельному сайту). Ориентация тематики происходит по характеру поискового запроса, заданного пользователем.

Тематическая реклама — демонстрируется на страницах сайтов, входящих в рекламную сеть.

Рекламные блоки являются дополнением к содержанию страниц. Тематика зависит от тематики сайта или ориентируется на ранее проявленный пользователем интерес.

Отличие контекстной интернет-рекламы от рекламы в традиционных СМИ

Информация должна быть проверяема, иначе она может быть поставлена под сомнение и удалена.

Вы можете отредактировать эту статью, добавив ссылки на авторитетные источники.

Эта отметка установлена 22 июня 2013 года.

С одной стороны, текстовая и баннерная реклама во многом аналогичны строчной и графической рекламе в бумажных газетах и журналах. В свою очередь видеореклама отсутствует в бумажных СМИ, но зато активно используется на телевидении.

Но у всех видов контекстной рекламы в интернете есть важная отличительная особенность, а именно — если посетитель нажимает (кликает) рекламное объявление (текст, баннер или видео), ему открывается страница с более развернутой информацией о рекламируемом товаре или услуге. То есть каждое из таких рекламных объявлений содержит в себе гиперссылку, ведущую на сайт рекламодателя.

Ещё одной характерной особенностью рекламы в интернете является её автоматизированность. То есть многие вопросы проведения рекламных кампаний выполняются специальными программами. Например, автоматически определяется порядок показа рекламных объявлений, рассчитывается средняя цена клика, величина расходуемого бюджета и многое другое. Подобная автоматизация позволяет решать и более сложные задачи. Например, в последнее время практически все сервисы по предоставлению рекламных услуг в интернете перешли на схему оплаты за клик (переход). Это означает, что если раньше рекламодатели платили за количество показов, то теперь оплата производится за количество нажатий на рекламные объявления (кликов), в результате которых осуществляется переход пользователя на сайт или страницу рекламодателя с более подробной информацией. При этом программы автоматически отсчитывают количество показов рекламного объявления, чтобы получить определенное количество переходов. Кроме того, программы определяют рекламные объявления с низкой кликабельностью и могут по этой причине заблокировать их для показа. И наоборот, объявления с высокой кликабельностью могут снижаться в цене, поскольку для получения требуемого количества переходов нужно меньше показов. Так же, контекстная реклама удобна тем, что можно отследить аудиторию кликающую на объявления рекламодателя и более точно задать таргетинг для наиболее выгодной конверсии.

#### Ремаркетинг

Отличительной особенностью контекстной рекламы является наличие функции ремаркетинга. Ремаркетинг — функция, позволяющая обращаться к пользователям, которые раньше уже заходили на ваш сайт. Ваши объявления могут показываться при посещении ими других веб-сайтов в контекстно-медийной сети (такой как Яндекс.Директ или Google AdWords[1]). Настройка ремаркетинга осуществляется с помощью так называемых «списков ремаркетинга». Можно выделить несколько типов настройки ремаркетинга (на всех посетителей, на посетителей определенных разделов сайта, на уже достигших какой-либо цели и т. д.)

Динамический ремаркетинг делает такую рекламу ещё эффективнее, поскольку пользователь видит объявления именно тех товаров или услуг, которыми он интересовался на определенном сайте, что в большинстве случаев улучшает отклик на показываемые объявления.[1]

Ремаркетинг для мобильных приложений позволяет показывать рекламные объявления

пользователям, посетившим определенный мобильный сайт или запустившим определенное мобильное приложение