



Конференция 18 сентября 2013 года

Интернет- КОНСАЛТИНГ

Стратегия эффективного присутствия в интернете

Рынок агентских услуг в контекстной рекламе

Анна Караулова, рекламное агентство i-Media

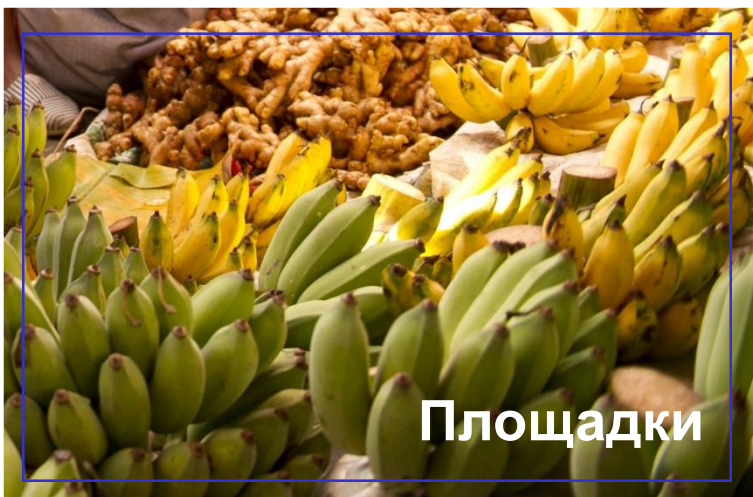
Организаторы:

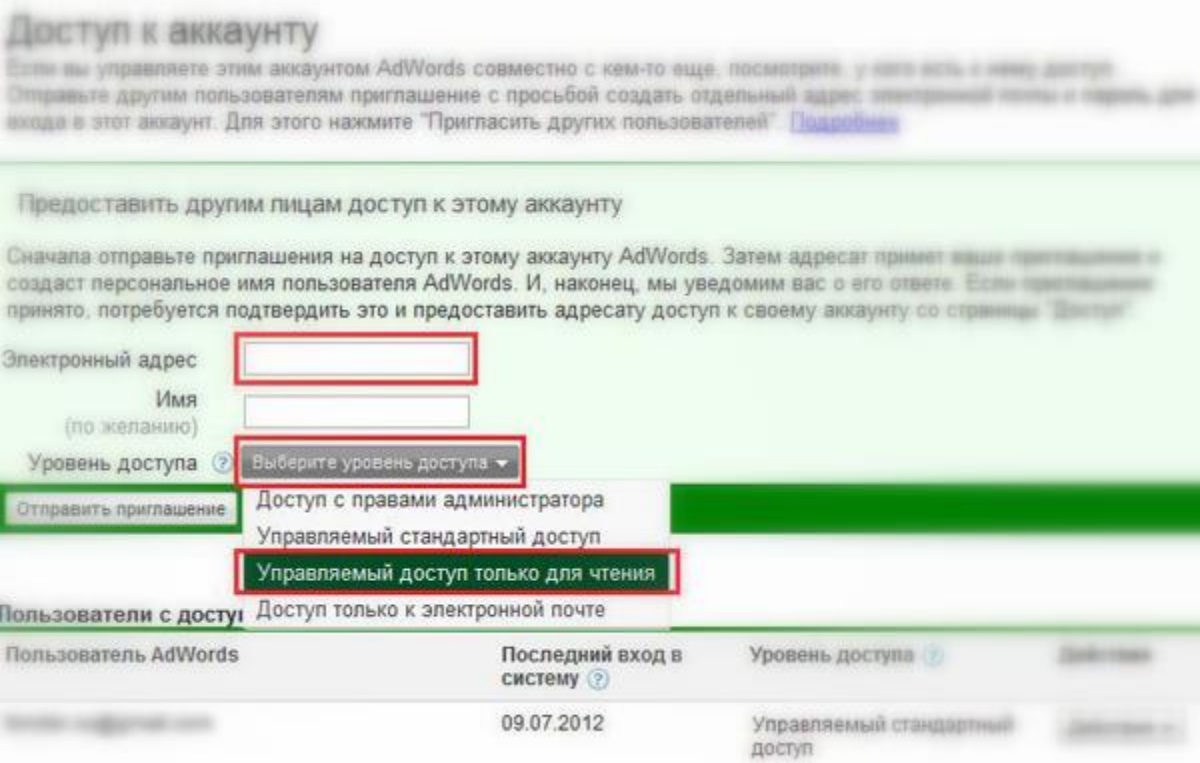


Что такое «рынок агентских услуг»?



Что такое «рынок агентских услуг»?





Гостевой доступ: контроль сумм и времени поступления средств на аккаунт

Контекстные агентства
работают честно:
рекламодатель всегда
может проверить любое
действие

Рекламодатели недовольны агентствами



1. **Агентства не понимают моих потребностей**
2. **Мне кажется, агентства на мне слишком много зарабатывают**
3. **Агентства стали брать комиссию за то, что совсем недавно делали бесплатно**

Агентства недовольны рекламодателями



1. Менеджеры думают о том, как сэкономить, а не о том, как достичь лучшего результата
2. Рекламодатели хотят получать все более сложные услуги за прежние деньги

Рынок создают системы контекстной рекламы



1. Интерфейсы и алгоритмы усложняются
2. Требования к компетенции агентств и специалистов увеличиваются
3. Выплаты агентствам снижаются

Вопрос
агентской
комиссии –
один
из важнейших
на рынке
контекстной
рекламы

0%



10%

15%

Две противоположные идеологии

Google AdWords

Нет скидок,
нет комиссии



Яндекс.Директ
Агентский возврат
по итогам открутки
за предыдущий месяц

Разговор об агентской комиссии – это разговор о Яндекс.Директ

2004-2005

Создание системы работы с агентствами

2006-2010

Снижение агентской комиссии. Введение суперкомиссии по итогам года

2013

Уменьшение числа сертифицированных агентств, снижение агентской комиссии

2012

Снижение суперкомиссии по итогам года

2011

Появление «Лояльного клиента»

2013 стал переломным годом для агентского бизнеса в Рунете

Сертифицированные агентства

2012

146

2013

49

Источник:

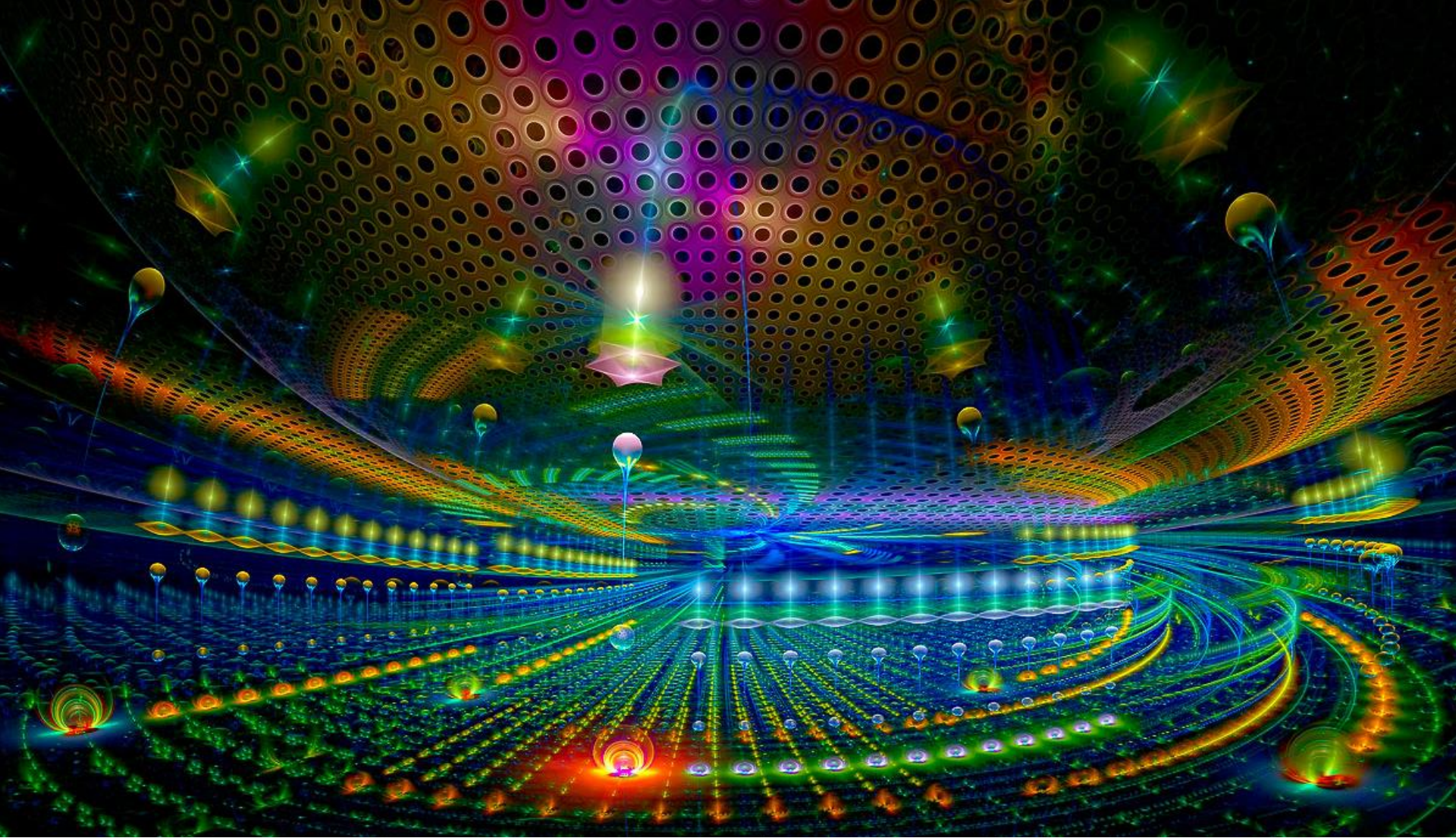
<http://advertising.yandex.ru/contact/agency/?p=1>

Количество сертифицированных агентств в Москве

**Рекламодатели
думают,
что агентства
зарабатывают
очень много**



**На самом деле
у контекстных
агентств
«остается» около 15%
от рекламных бюджетов**



Контекстная реклама усложняется

**Нужно перестать думать про бюджеты.
Фокус внимания должен быть направлен на
достижение результатов для бизнеса!**



Деньги вкладываются в развитие технологий

«Узнайте, сколько агентство берет за свои услуги. Один дополнительный процент лично вас не разорит, однако таким образом вы удвоите обычный объем чистой прибыли рекламного агентства — и соответственно добьетесь, чтобы вас обслуживали наилучшим образом»

**Дэвид Огилви
«О рекламе»**



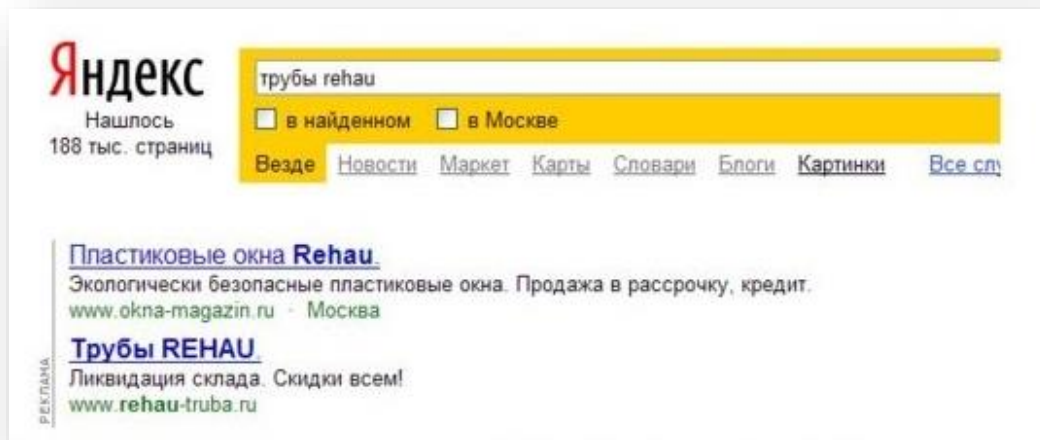
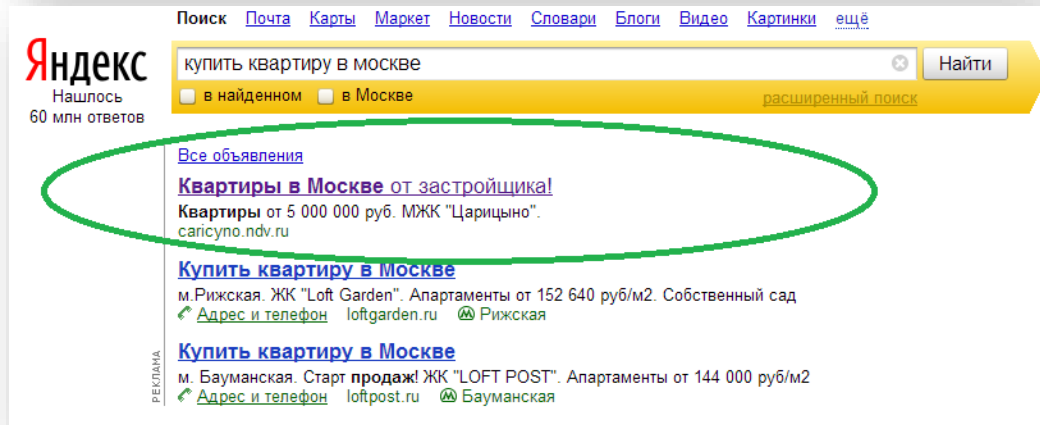
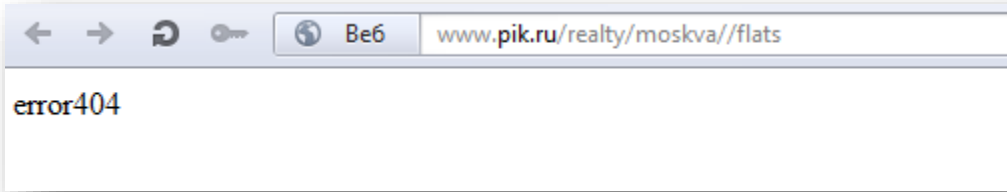
Экономить на агентской комиссии всё равно, что экономить на зарплате сотрудника



Кто из них будет работать
лучше?

**СНИЗЬТЕ АГЕНТСКУЮ
КОМИССИЮ НА 5%**

**Просьбы
о снижении
агентской
комиссии приводят
к плачевным
результатам**



1. **Переход на несуществующую страницу**

2. **Отсутствие дополнительных ссылок**

3. **Ошибки в минус-словах и многое другое**



Чудес не бывает!

**Сэкономив
на мелочах,
вы можете
потерять
в чем-то
большем**

Скидки – это не главное. Самое важное в performance-marketing – это KPI.

Если результаты растут – это хорошо для обеих сторон.

Парадокс



- ✓ Обе стороны хотят зарабатывать
- ✓ Обе стороны хотят, чтобы их бизнес развивался
- ✓ Обе стороны мечтают работать с приятными и компетентными людьми





**Нам нужно научиться
сотрудничать!**

Яндекс постепенно будет снижать агентские вознаграждения



**Агентские комиссии
никуда не исчезнут.
Постепенно суммы
будут расти**

Компетенции агентств должны неуклонно повышаться



Выживают только те агентства, которые показывают рекламодателям реальную пользу от сотрудничества

Только вместе мы сможем добиться наших целей!

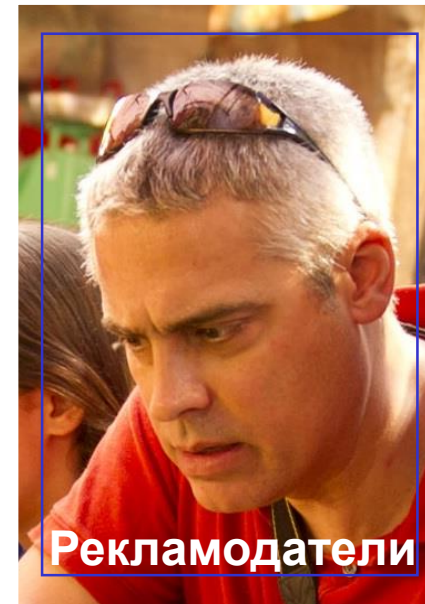
Увеличить качество рекламных кампаний



Агентства

Исследования,
тестирования,
разработка и внедрение
новых инструментов –
агентства

Достойная оплата
и обратная связь –
рекламодатели



Рекламодатели

В контекстной рекламе растет конкуренция и сложность



Все больше времени и ресурсов требуется для качественного ведения рекламных кампаний



Выбирая самое дешевое, вы, скорее всего, не получите хорошего качества



Контролируйте правильные KPI:
не минимальная агентская комиссия, а CPO и ROMI

Работайте на результат, а не на процесс!





Конференция 18 сентября 2013 года

**Интернет-
консалтинг**

i-media

Спасибо за внимание!

Анна Караулова
www.i-media.ru

E-mail: anna.karaulova@i-media.ru
FB: [anna.karaulova](https://www.facebook.com/anna.karaulova)

