

Особенности платформы Яндекс.Дзен как рекламной площадки

Научный руководитель – Вьюгина Дарья Михайловна

Горлова Ярослава Сергеевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия
E-mail: jaroslava.gorlova@yandex.ru

В 2020 году дневная аудитория платформы Яндекс.Дзен составила 20 млн человек, это в два раза больше значений 2019 года. Сервис демонстрирует рост аудитории и ее вовлеченности и, соответственно, становится все более привлекательным для рекламодателей.

Цель данного исследования заключалась в выявлении функциональных особенностей платформы Яндекс.Дзен как рекламной площадки и определении ее ресурсов для проведения рекламной кампании. Мы рассмотрели особенности платформы на уровне ее технологических особенностей, политики сервиса по отношению к рекламодателям и характеристик аудитории.

Чтобы оценить эффективность платформы с рекламной точки зрения, стоит изучить, с какими издержками сталкивается рекламодатель при организации кампании на платформе, какой аудиторией и какими инструментами она располагает и насколько быстро и точно рекламное сообщение попадает к потенциальному потребителю.

Политика в отношении рекламодателей

Отсутствие фиксированной стоимости кампании

При оплате рекламной кампании обозначен минимальный стартовый бюджет, но общая стоимость рассчитывается индивидуально. Рекламодателю предлагается настроить таргет, в том числе в зависимости от имеющегося бюджета. В соответствии с этим определяется итоговая стоимость, а также прогнозируются показатели дочитываний и показов рекламной публикации.

Оплата за каждого дочитавшего

Одним из принципиальных отличий расчета рекламной кампании в Дзене является возможность платить за каждого пользователя, дочитавшего рекламную статью, в то время как обычно рекламодатель платит только за размещение материала. Оплата за каждое дочитывание имеет смысл, если рекламодателю нужно быстрое максимальное вовлечение. При этом Дзен предлагает и более традиционный способ оплаты за определенное число показов по модели СРМ, если необходим максимальный охват.

Услуги копирайтеров, специализирующихся на публикациях в Дзене

При первом пополнении рекламного кабинета на определенную сумму Дзен предлагает бесплатно воспользоваться услугами копирайтеров, предоставляющих несколько публикаций, вариантов их обложек и заголовков. Также за время существования сервиса появились агентства и копирайтеры, которые пишут тексты специально для Дзена, основываясь на его характеристиках.

крупных городов [2].

Если оценивать показатели эффективности Дзена как рекламной площадки, можно сделать вывод, что платформа предлагает рекламодателям гибкие условия размещения с возможностью самостоятельно выбирать цель и стоимость кампании, настраивать таргет и отслеживать результаты. Технологические условия, которые обеспечивает Дзен, предполагают показ рекламного сообщения заинтересованным пользователям на основе их поисковых запросов и поведения на платформе, а также предоставляют инструменты для работы с публикациями. Платежеспособная аудитория среднего возраста характерна не только для платформы Яндекс.Дзен, но и для других площадок, в данном случае стоит обратить внимание на общий размер аудитории и возможность ее сегментирования.

По отдельности выделенные факторы не являются исключительными особенностями Дзена. В связи с этим можно предположить, что главным фактором эффективности данной платформы является комплекс вышеперечисленных характеристик и интеграция с другими продуктами Яндекса, которая обеспечивает популярность площадки у пользователей и, как следствие, у рекламодателей.

Источники и литература

- 1) Щепилова Г. Г., Щепилов К. В. Основы рекламы. Учебник для бакалавров. — М., 2019.
- 2) Яндекс.Дзен для рекламодателей: <https://zen.yandex.ru/adv>