

Коммерсантъ[®]

Мы
специально.
Так вышло



МНОГО-МНОГО КОНТЕНТА ОКРУЖАЕТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

Становится трудно выделиться из клаттера,
привлечь и удержать внимание





МОДЕЛЬ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С ПОТРЕБИТЕЛЕМ ИЗМЕНИЛАСЬ



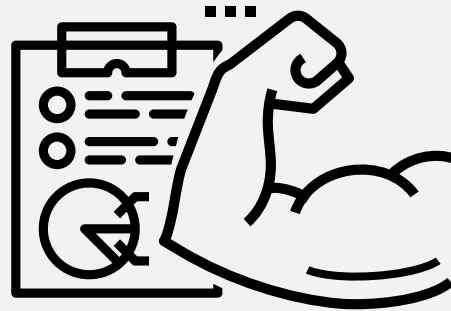
Немного теории



Специальный проект

отдельный вид интеграции рекламы
в контент, основной задачей которого
является максимальное вовлечение
пользователей в бренд

Преимущества спецпроектов



- ⑥ Глубокое измерение
- ⑥ Возможность поправить контент в процессе
- ⑥ Возможность оптимизировать анонсирующую кампанию

Кому и зачем нужны спецпроекты



РЕКЛАМОДАТЕЛЬ

продолжительная
коммуникация с ЦА

имиджевые задачи
(продвижение бренда)

повышение лояльности
к бренду за счет
доверия к СМИ



ПЛОЩАДКА

возможность
продавать инвентарь
в пакете

кейсы

выше маржинальность
по отношению
к прямой рекламе



АГЕНТСТВО

дополнительные
бонусы за
размещение

кейсы

высокая
маржинальность

Случаи, когда клиенту необходим спецпроект



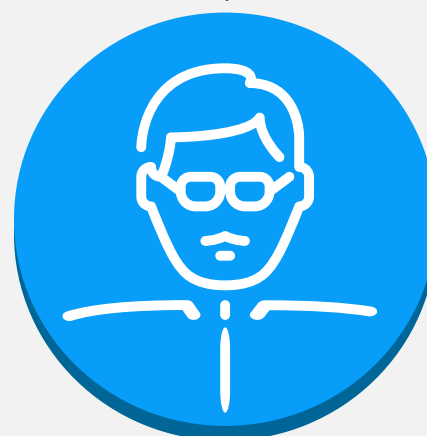
более глубокое
вовлечение
целевой
аудитории



специальная
целевая аудитория



образовательная
функция, сложный
и дорогой продукт



Важно подумать про это

CPU

На что проект работает

**В СПЕЦИАЛЬНОМ ПРОЕКТЕ
ВАЖЕН КРЕАТИВ,
А ТАКЖЕ КАКУЮ ЦЕЛЬ
ОН РЕШАЕТ**

Как придёт пользователь

Стоимость за уника

Что увидит пользователь

Качество (глубина, время, % отказов)

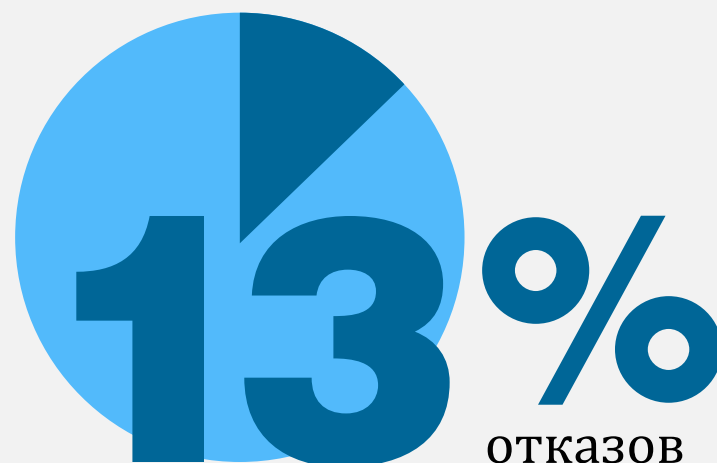
Примеры спецпроектов

Совместный проект страховой компании «Согласие» и «Коммерсантъ»



Доверие ведет
к согласию

Kommersant® publishing house



31731

уникальных пользователей

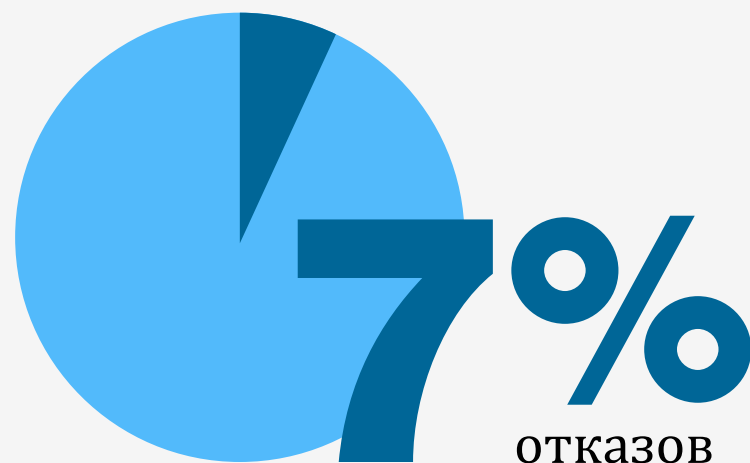
5 минут

время на странице

**Совместный
проект
«Коудайс
МКорма» и
«Коммерсантъ»**

**Кормить
на убой**

Kommersant® publishing house



43316

уникальных пользователей

8 минут

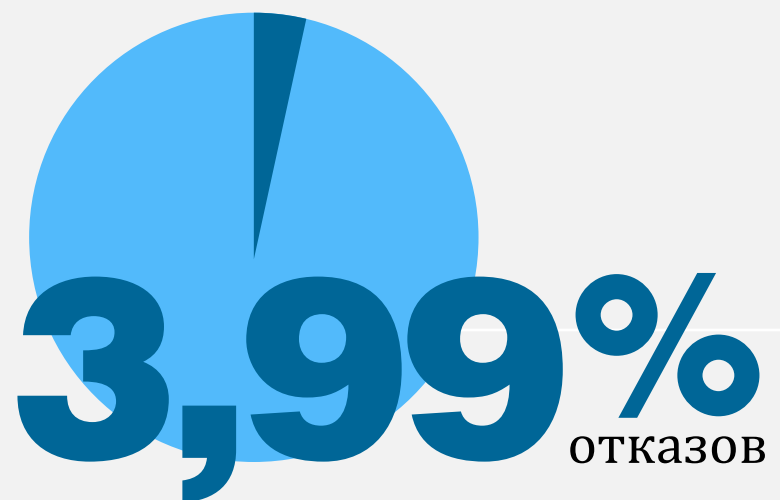
время на странице

**Совместный
проект
My Ideal Smile и
«Коммерсантъ»**



**+28 зубов =
-10 лет**

Kommersant® publishing house



54 877

уникальных пользователей

5 минут

время на странице

Коммерсантъ[®]

Будет все издано.