

ОСОБЕННОСТИ ПЛАНИРОВАНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО РЕТАРГЕТИНГА

Козина О.А., Маковеева М.С.

*Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт»,
г. Харьков*

С каждым днем все большее количество покупок совершаются людьми в интернете, где основным маркетинговым инструментом рекламодателей является ретаргетинг. Возможность формирования поискового ретаргетинга на основании поведенческой метрики трафика исследуемого веб-ресурса уже не раз доказала свою полезность как для рекламы товаров посетителям сайтов, так и для поиска аудиторий пользователей [1, 2].

В работе был проведен сравнительный анализ сервисов для ретаргетинга в социальных сетях [3]. Показано, что сервисы отличаются количеством критериев для сегментирования целевой аудитории, возможностью сбора базы ретаргетинга для работы с несколькими социальными сетями, стоимостью. На сегодняшний день одними из наиболее распространенных сервисов являются: «Церебро», Perreg.ninja, «Барков.нет», Segmento target [4].

В работе показано, что для качественного ретаргетинга важна не только содержательная часть рекламных объявлений, приводящая к желаемым целевым действиям потенциальных клиентов на выбранном сайте. Для планирования ретаргетинга необходимы данные о параметрах законов распределения случайных переходов по рекламным объявлениям, которые можно получить только на основании длительного наблюдения за поведением пользователей из выбранной группы.

Литература:

1. *Gazdik T.* MIT: Personalized Ads Don't Always Work [Электронный ресурс] / *Tanya Gazdik* // MarketingDaily. – 2011. – Режим доступа: <http://www.mediapost.com/publications/article/151477/>
2. *Гладченко А.* Что такое ретаргетинг [Электронный ресурс] / *Антон Гладченко* / Myemarketing. – 2012. – Режим доступа к ресурсу: <http://myemarketing.ru/marketing/chto-takoe-retargeting/>.
3. *Авхадеев Б.Р.* Разработка рекомендательной системы на основе данных из профиля социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс] / *Б.Р. Авхадеев, Л. И. Воронова, Е.П. Охупкина* // Вестник Нижегородского государственного университета. – 2014. – Вып.3. – Режим доступа к ресурсу: <http://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-rekomendatelnoy-sistemy-na-osnove-dannyh-iz-profilya-sotsialnoy-seti-vkontakte#ixzz4Oy7spDs4>.
4. *Королев А.* 7 сервисов по сбору баз пользователей [Электронный ресурс] / *А. Королев* // Нетология. – 2017. – Режим доступа к ресурсу: <http://netology.ru/blog/7-servisov-po-sboru-baz-polzovateley>.