



ОБУЧЕНИЕ ДЛЯ НОВЫХ АГЕНТОВ

ОБЪЯСНЯЕМ КАК И С ЧЕМ РАБОТАЕТ РЕКЛАМНЫЙ АГЕНТ,
РАЗБИРАЕМ ИНСТРУМЕНТЫ И ПОКАЗЫВАЕМ ИЗ ЧЕГО
ПОЛУЧАЕТСЯ ЗАРАБОТОК АГЕНТА

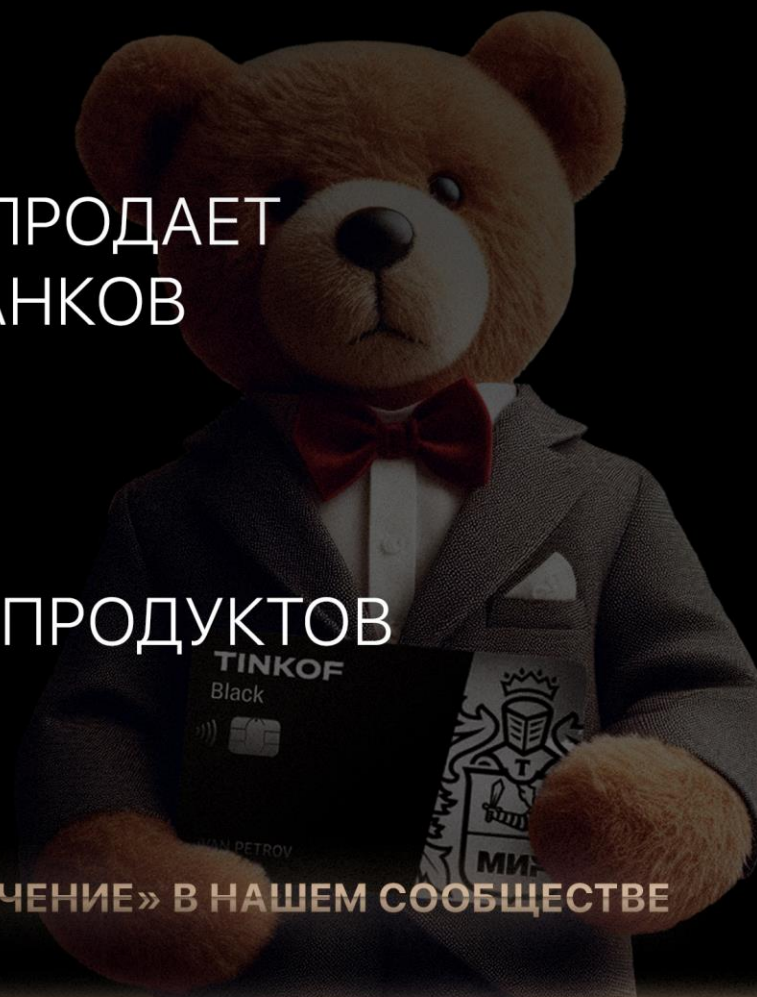
easy partners.

ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ

В ОБУЧЕНИИ ВЫ УЗНАЕТЕ О:

- КТО ТАКОЙ РЕКЛАМНЫЙ АГЕНТ
- КАКИЕ БАНКОВСКИЕ ПРОДУКТЫ АГЕНТ ПРОДАЕТ
- КАК АГЕНТ РЕКЛАМИРУЕТ ПРОДУКТЫ БАНКОВ
- СХЕМА РАБОТЫ РЕКЛАМНОГО АГЕНТА
- КАК ЗАРАБАТЫВАЕТ РЕКЛАМНЫЙ АГЕНТ И ИЗ ЧЕГО СКЛАДЫВАЕТСЯ ЕГО ДОХОД
- АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ СПОСОБЫ РЕКЛАМЫ ПРОДУКТОВ
- КАК ПРАВИЛЬНО АГЕНТУ ПРОДАВАТЬ БАНКОВСКИЕ ПРОДУКТЫ

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ ВЫ ВСЕГДА НАЙДЕТЕ В ТЕМЕ «ОБУЧЕНИЕ» В НАШЕМ СООБЩЕСТВЕ



ОБУЧЕНИЕ

easy partners.

КТО ТАКОЙ РЕКЛАМНЫЙ АГЕНТ?

**РЕКЛАМНЫЙ АГЕНТ - ЭТО ПРОФЕССИОНАЛ,
СПЕЦИАЛИЗИРУЮЩИЙСЯ НА СОЗДАНИИ И ПРОДВИЖЕНИИ
РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ И СТРАТЕГИЙ**

ОН ЗАНИМАЕТСЯ ИССЛЕДОВАНИЕМ РЫНКА И АУДИТОРИИ,
РАЗРАБОТКОЙ КРЕАТИВНЫХ КОНЦЕПЦИЙ, ПЛАНИРОВАНИЕМ И
ЗАКУПКОЙ МЕДИЙНОГО ПРОСТРАНСТВА, А ТАКЖЕ АНАЛИЗОМ
ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ.

**- ЭТО ЭНЕРГИЧНЫЙ И ЦЕЛЕУСТРЕМЛЕННЫЙ ЧЕЛОВЕК,
КОТОРЫЙ УМЕЕТ РАБОТАТЬ В РЕЖИМЕ МНОГОЗАДАЧНОСТИ.
ГЛАВНАЯ ЕГО ЦЕЛЬ - ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ**

С ЧЕМ РАБОТАЕТ РЕКЛАМНЫЙ АГЕНТ?

РЕКЛАМНЫЙ ОФФЕР (ИЛИ ОФФЕР) - ЭТО ПРЕДЛОЖЕНИЕ, КОТОРОЕ РЕКЛАМОДАТЕЛЬ ПРЕДЛАГАЕТ ПАРТНЕРАМ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ И РЕКЛАМЫ СВОИХ ПРОДУКТОВ ИЛИ УСЛУГ.

ОФФЕР СОДЕРЖИТ ИНФОРМАЦИЮ О ПРОДУКТЕ, КОМИССИОННЫХ, УСЛОВИЯХ ОПЛАТЫ, ТРЕБОВАНИЯХ К ТРАФИКУ И ДРУГИХ ДЕТАЛЯХ, КОТОРЫЕ АГЕНТ ДОЛЖЕН ЗНАТЬ, ЧТОБЫ ЭФФЕКТИВНО РЕКЛАМИРОВАТЬ ПРОДУКТ И ПОЛУЧАТЬ ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ ЗА КАЖДОГО ПРИВЛЕЧЕННОГО КЛИЕНТА.

РЕКЛАМНЫЙ ОФФЕР ЯВЛЯЕТСЯ ОСНОВОЙ ДЛЯ ПАРТНЕРСКОЙ ПРОГРАММЫ И УСТАНОВЛИВАЕТ ПРАВИЛА И УСЛОВИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА РЕКЛАМОДАТЕЛЯ И ИСПОЛНИТЕЛЯ.

СОСТАВНЫЕ ЧАСТИ ОФФЕРА:

ДЛЯ РАБОТЫ РЕКЛАМНОГО АГЕНТА, МЫ РАЗДЕЛЯЕМ ОФФЕР НА СЛЕДУЮЩИЕ ПУНКТЫ:

- НАЗВАНИЕ ОФФЕРА
- ИНФОРМАЦИЯ ПРОДУКТА
- СПИСОК МИНУС-СЛОВ
- РАЗРЕШЕННЫЙ ТРАФИК
- МАТЕРИАЛЫ К ОФФЕРУ
- РАЗМЕР ВОЗНАГРЖДАЕНИЯ
- ГЕО

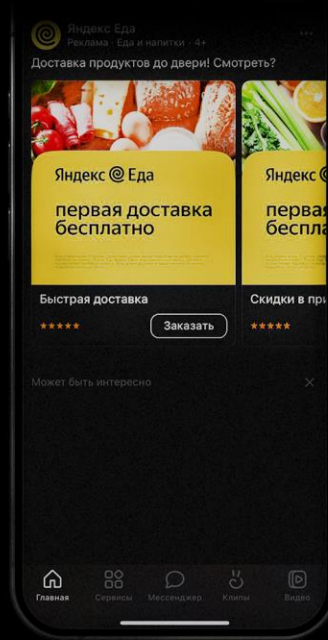
ПУНКТЫ ОФФЕРА ПЕРЕОДИЧЕСКИ
КОРРЕКТИРУЮТСЯ РЕШЕНИЯМИ БАНКОВ
ИЛИ ИЗМЕНЕНИЯМИ ЗАКОНАДАТЕЛЬСТВА РФ



КАК КЛИЕНТЫ ВИДЯТ РЕКЛАМУ?

КЛИЕНТЫ ВИДЯТ ПРЕДЛОЖЕНИЕ (РЕКЛАМУ) ПО-РАЗНОМУ, ПОЭТОМУ НАИБОЛЕЕ РАСПРОСТРАНЕННЫМИ ВАРИАНТАМИ РЕКЛАМЫ, КОТОРЫЕ ПРИВЛЕКАЮТ ВНИМАНИЕ, ЯВЛЯЮТСЯ:

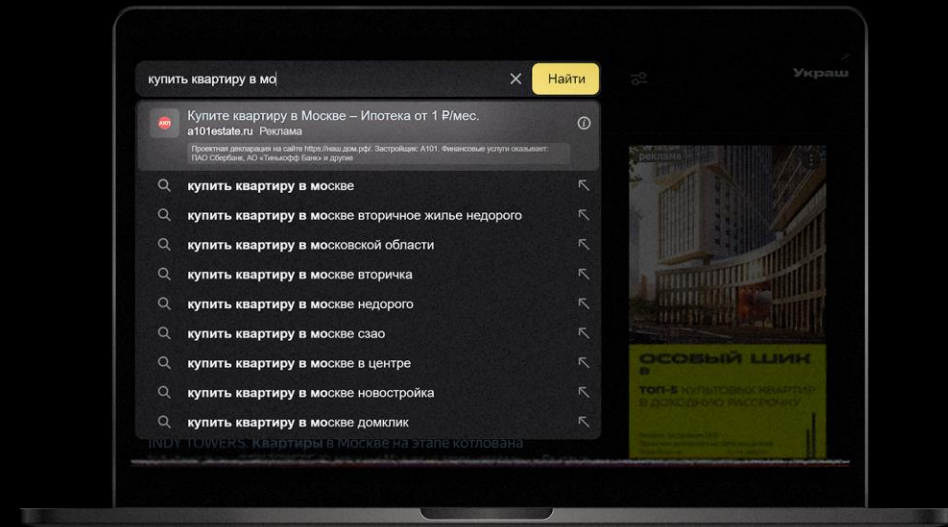
В ВИДЕ БАННЕРОВ



В ВИДЕ ПОСТА



В ПОИСКОВИКАХ



ОБУЧЕНИЕ

easy partners.

С КАКИМИ БАНКОВСКИМИ ПРОДУКТАМИ АГЕНТ РАБОТАЕТ?

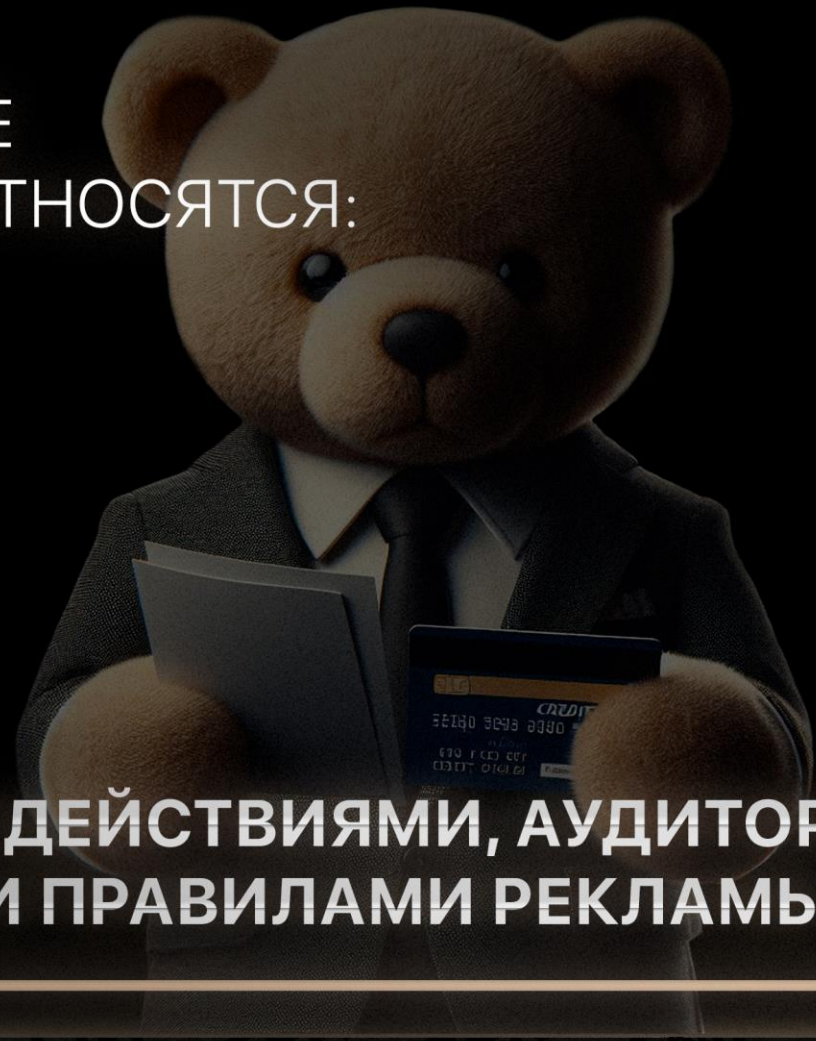
АГЕНТЫ МОГУТ ПРОДАВАТЬ РАЗЛИЧНЫЕ БАНКОВСКИЕ ПРОДУКТЫ, К КОТОРЫМ ОТНОСЯТСЯ:

- ДЕБЕТОВЫЕ КАРТЫ
- КРЕДИТНЫЕ КАРТЫ
- СТРАХОВАНИЕ
- РЕГИСТРАЦИЯ БИЗНЕСА
- КРЕДИТЫ И ЗАЙМЫ

ПРОДУКТЫ ОТЛИЧАЮТСЯ ЦЕЛЕВЫМИ ДЕЙСТВИЯМИ, АУДИТОРИЕЙ, ВЫПЛАТАМИ, СРОКАМИ ВЫПЛАТ ГЕО И ПРАВИЛАМИ РЕКЛАМЫ.

ОБУЧЕНИЕ

easy partners.



ДЕБЕТОВЫЕ КАРТЫ

ДЕБЕТОВЫЕ КАРТЫ КАК ПРОДУКТ ОЧЕНЬ ПОДХОДИТ ДЛЯ НОВЫХ РЕКЛАМНЫХ АГЕНТОВ, ПОТОМУ ЧТО ТРЕБУЕТСЯ МИНИМУМ ЦЕЛЕВЫХ ДЕЙСТВИЙ И ВОЗМОЖЕН ВЫБОР ШИРОКОЙ АУДИТОРИИ ЛИЦ.

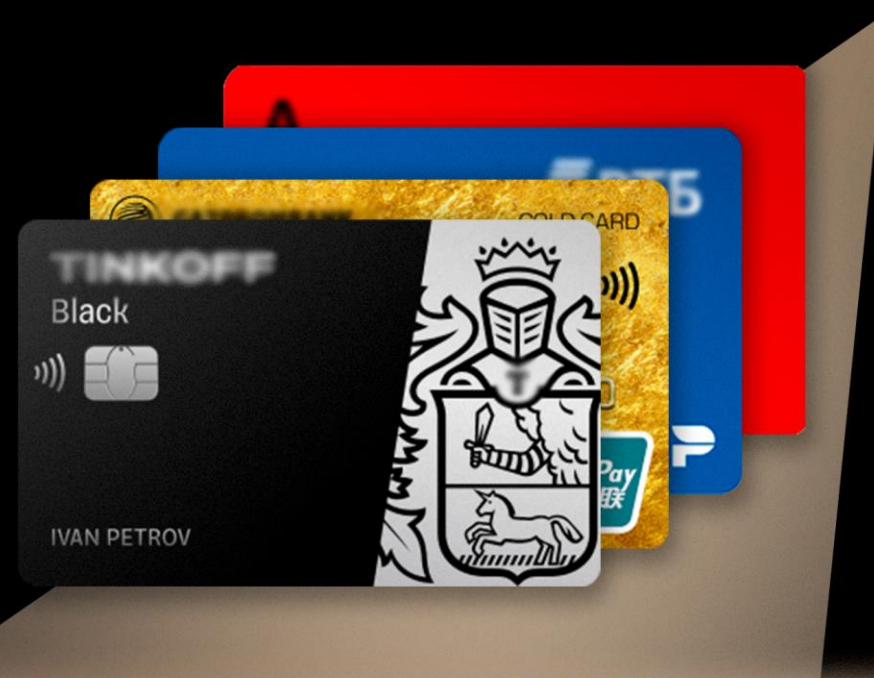
ОСНОВНЫЕ ЦД:

- АКТИВАЦИЯ КАРТЫ
- ОФОРМЛЕНИЕ КАРТЫ
- ПОЛУЧЕНИЕ КАРТЫ

ВОЗМОЖНЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦЕЛЕВЫЕ ДЕЙСТВИЯ

АУДИТОРИЯ ЛИЦ:

- ДЛЯ ДЕТСКИХ КАРТ (6-13, 14-17 ЛЕТ)
- СОВЕРШЕННОЛЕТНИЕ (ОТ 18 ЛЕТ)



ОБУЧЕНИЕ

easy partners.

КРЕДИТЫ, ЗАЙМЫ И КРЕДИТНЫЕ КАРТЫ

КРЕДИТНЫЕ КАРТЫ И КРЕДИТЫ ПРЕИМУЩЕСТВЕННО НАЦЕЛЕННЫ НА ПЛАТЕЖЕСПОСОБНУЮ АУДИТОРИЮ 21+. ТАКИЕ ПРОДУКТЫ ПОДХОДЯТ ДЛЯ БОЛЕЕ ОПЫТНЫХ АГЕНТОВ, ИМЕЮТ БОЛЕЕ ВЫСОКИЕ ВЫПЛАТЫ, БОЛЬШОЙ СПИСОК ПРАВИЛ И ЦД.

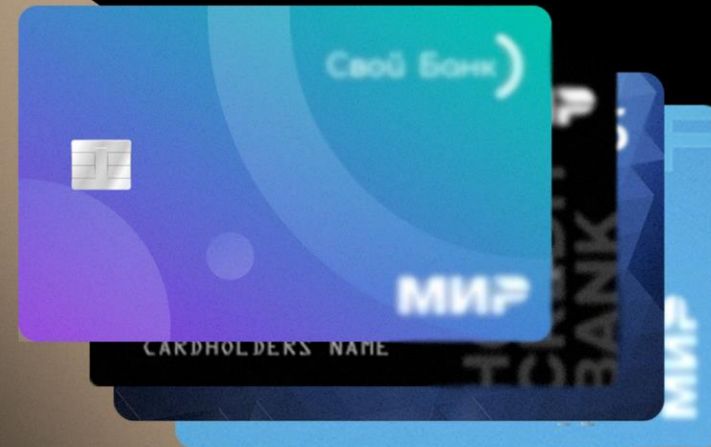
ОСНОВНЫЕ ЦД:

- АКТИВАЦИЯ КАРТЫ ИЛИ
АКТИВАЦИЯ В ТЕЧЕНИЕ СРОКА
ИЛИ ЛЮБАЯ ПОКУПКА ПО КАРТЕ

ВОЗМОЖНЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦЕЛЕВЫЕ ДЕЙСТВИЯ

АУДИТОРИЯ ЛИЦ:

- 21+, ИМЕЮЩИЕ РАБОТУ,
СБЕРЕЖЕНИЯ ИЛИ СОБСТВЕННОСТЬ



ОБУЧЕНИЕ

easy partners.

РЕГИСТРАЦИЯ БИЗНЕСА И СТРАХОВАНИЕ

РЕГИСТРАЦИЮ ЮР. ЛИЦА, ОТКРЫТИЕ РАСЧЕТНОГО СЧЕТА ИЛИ СТРАХОВАНИЕ – СЛОЖНЫЕ ПРОДУКТЫ, ПОТОМУ ЧТО ТРЕБУЮТ МНОЖЕСТВО ДЕЙСТВИЙ СО СТОРОНЫ КЛИЕНТА И БАНКА. СРЕДНЯЯ ЗАДЕРЖКА ВЫПЛАТЫ – ОТ 30 ДО 90 ДНЕЙ.

ОСНОВНЫЕ ЦД:

- РЕГИСТРАЦИЯ ЮР. ЛИЦА
- ОТКРЫТЫЙ РАСЧЕТНЫЙ СЧЕТ
- ВЫДАЧА КЭП
- ОПЛАТА ПОЛИСА
- ДЕЙСТВУЮЩАЯ СТРАХОВКА

ВОЗМОЖНЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЦЕЛЕВЫЕ ДЕЙСТВИЯ

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

– ИП И ОРГАНИЗАЦИИ, У КОТОРЫХ ЕСТЬ ПОТРЕБНОСТЬ В СДАЧИ ОТЧЕТНОСТИ, ВЕДЕНИИ УЧЕТНОГО ДОКУМЕНТООБОРОТА, УЧАСТИИ В ТОРГАХ. ДЛЯ СТРАХОВАНИЯ – ФИЗ. И ЮР. ЛИЦА, У КОТОРЫХ ЕСТЬ ПОТРЕБНОСТЬ В СТРАХОВАНИИ АВТО ИЛИ ИПОТЕКИ.

ОБУЧЕНИЕ

easy partners.

СПОСОБЫ РЕКЛАМЫ ПРОДУКТОВ

СУЩЕСТВУЮТ РАЗЛИЧНЫЕ СПОСОБЫ РЕКЛАМЫ И ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТОВ, СРЕДИ КОТОРЫХ ОБЫЧНО ВЫДЕЛЯЮТ:

РЕКЛАМА В ИНТЕРНЕТЕ И СОЦ. СЕТЯХ

(РЕКЛАМА НА САЙТАХ, ПОИСКОВИКАХ)

РЕКЛАМА НА НОВОСТНЫХ РЕСУРСАХ

(TELEGRAM КАНАЛЫ, ДЗЕН И ДР.)

РАССЫЛКИ

(EMAIL, SMS ДР.)

КАЖДЫЙ СПОСОБ РЕКЛАМЫ ПОДХОД ДЛЯ РАЗНОЙ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ, КОТОРАЯ МОЖЕТ БЫТЬ ПОТЕНЦИАЛЬНО ЗАИНТЕРЕСОВАНА В РЕКЛАМИРУЕМОМ ПРОДУКТЕ

РЕКЛАМА В ИНТЕРНЕТЕ И СОЦ. СЕТЯХ

ВИДЫ РЕКЛАМЫ В ИНТЕРНЕТЕ И СОЦ. СЕТЯХ МОГУТ СИЛЬНО ОТЛИЧАТЬСЯ, ОДНАКО САМЫМИ ЭФФЕКТИВНЫМИ ЯВЛЯЮТСЯ ТАРГЕТИРОВАННАЯ И КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА:

ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА

- таргетированная реклама или по простому «таргет» представляет собой объявления, которые транслируются определенной целевой аудитории на основе общедоступной информации из профилей пользователей.

ЗАДАЧАМИ И ЦЕЛЯМИ ТАГРЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ ЯВЛЯЮТСЯ:

- Сбор целевых посетителей, которые интересуются продуктом или услугой и готовы покупать.
- Быстрое донесение информации о продукте, бренде, акциях до ЦА и побуждение посетителей перейти на источник для подробного ознакомления.
- Совершение целевого действия на месте – покупка, заявка, подписка, регистрация и другое.

РЕКЛАМА В ИНТЕРНЕТЕ И СОЦ. СЕТЯХ

ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА

ПРИНЦИП РАБОТЫ:

В основе технологии таргетинговой рекламы лежит принцип получения наиболее полной информации о пользователе. Далее система обрабатывает массив данных, сегментируют посетителей по категориям в соответствии с метриками.

В соцсетях этот принцип реализуется максимально просто, так как при регистрации пользователи добровольно вводят личные данные в поля анкеты.

Например, Вконтакте предлагает заполнить такие поля: пол, возраст, день рождения, любимые фильмы, семейное положение, интересы и другие.

Вся информация потом используется в таргетированной рекламе и не только.

Объявления после модерации показываются целевой аудитории, согласно настройкам кампании.

РЕКЛАМА В ИНТЕРНЕТЕ И СОЦ. СЕТЯХ

ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА

КАК НАСТРОИТЬ ТАРГЕТИНГ?

1. Создайте портрет целевого пользователя. Проанализируйте поведение посетителей в сети, которые интересовались похожими товарами, выявите их интересы и предпочтения, узнайте, в каких группах они состоят.
2. Подберите тематическое изображение для объявления. Перед использованием картинки изучите требования соцсетей к графике.
3. Настройте характеристики, параметры целевого посетителя - пол, социальное положение, поведенческие паттерны, интересы, геолокация и другие.
4. Придумайте цепляющий заголовок и яркое описание обязательно с призывом к действию.
5. Выберите способ оплаты, стоимость кампании: оплата за показы или за клики. На старте установите сумму ниже рекомендованной на 15-20%.

РЕКЛАМА В ИНТЕРНЕТЕ И СОЦ. СЕТЯХ

КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

– это текстовые, графические и видеообъявления, которые показываются пользователям, если они вводят в поиске запрос или интересуются определенной тематикой в интернете. Контекстная реклама показывается в поисковых системах, в мобильных приложениях, на сайтах и других ресурсах.

ГДЕ РАЗМЕЩАЕТСЯ КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА?

Данная реклама размещается в сервисах двух крупнейших поисковых систем – Яндекса и Google. Сервис Яндекса называется Яндекс.Директ, сервис Google – Google Реклама или Google Ads. Реклама может показываться на страницах с результатами выдачи и на сайтах-партнёрах поисковых систем.

Каждый поисковик имеет партнёрскую сеть сайтов, у Яндекса – Рекламная сеть Яндекса, у Google – Контекстно-медийная сеть

РЕКЛАМА В ИНТЕРНЕТЕ И СОЦ. СЕТЯХ

КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

ВИДЫ И ТАРГЕТИНГИ КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ

Есть два вида рекламы - поисковая и тематическая. Они отличаются друг от друга местами размещения и таргетингами (настройкой показов рекламы за определенную аудиторию).

1. ПОИСКОВАЯ РЕКЛАМА

Рекламный агент добавляет в Яндекс.Директ или Google Рекламу фразы, по которым он хочет показывать рекламу своих товаров или услуг.

Пользователь при поиске по этим фразам видит объявления рекламодателя на страницах выдачи поисковых систем, странице «Все объявления» (Яндекс) и на сайтах, которые входят в партнёрские сети поисковых систем.

РЕКЛАМА В ИНТЕРНЕТЕ И СОЦ. СЕТЯХ

КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

2. ТЕМАТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА

- Такая реклама размещается на страницах сайтов, которые входят в рекламные сети поисковых систем или на ресурсах внешних сетей.
- Такая реклама показывается по двум принципам: на основе интересов пользователя – поведенческий таргетинг и на основе тематики сайта-партнёра – тематический таргетинг. Интересы пользователя определяются по его запросам в поисковых системах и по сайтам, которые он посещал.

3. ТИПЫ ТАРГЕТИНГОВ В КОНТЕКСТОЙ РЕКЛАМЕ

- Таргетинг по ключевым словам
- Временной таргетинг
- Географический таргетинг
- Социально-демографический таргетинг
- Таргетинг по интересам
- Таргетинг по похожим аудиториям
- Таргетинг по устройствам
- Гиперлокальный таргетинг

НОВОСТНЫЕ РЕСУРСЫ И РАССЫЛКИ

РАССЫЛКИ

- это вид рекламы, который заключается в рассылке рекламных писем потенциальным покупателям. Такой подход требует согласия клиентов на получение промо-сообщений бренда. Для этого рекламодатели дают им возможность подписаться на рассылки компании. Чтобы рекламировать продукты таким образом, нужна готовая база почтовых адресов или контактов.

НОВОСТНЫЕ РЕСУРСЫ

- преимущество рекламы на новостных ресурсах заключается в том, что можно всегда найти широкую аудиторию почти на любой рекламируемый продукт. Однако некоторые каналы требуют сверхплату, а для проверки аудитории нужно почти всегда смотреть на статистику через сторонние сервисы, например, через TGStat.

СХЕМА РАБОТЫ



ОБУЧЕНИЕ

easy partners.

КАК ЗАРАБАТЫВАЕТ РЕКЛАМНЫЙ АГЕНТ?

РЕКЛАМНЫЙ АГЕНТ ЗАРАБАТЫВАЕТ НА ВОЗНАГРАЖДЕНИЯХ, КОТОРЫЕ ПРИХОДЯТ ПОСЛЕ УСПЕШНОГО СТАТУСА ЗАЯВКИ. ЗАЯВКА УСПЕШНО ЗАВЕРШИТСЯ ПОСЛЕ ВЫПОЛНЕНИЯ ЦЕЛЕВЫХ ДЕЙСТВИЙ, КОТОРЫЕ ЖЕЛАЕТ ПОЛУЧИТЬ РЕКЛАМОДАТЕЛЬ

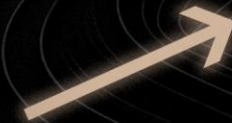
ПРИМЕР:

1. КЛИЕНТ ОФОРМЛЯЕТ
ДЕБЕТОВУЮ КАРТУ ПО ССЫЛКЕ

3. АГЕНТ ПОЛУЧАЕТ ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ
ЗА НОВОГО КЛИЕНТА БАНКА



2. БАНК ВЫДАЕТ КАРТУ КЛИЕНТУ



ЦЕЛЕВЫМ ДЕЙСТВИЕМ В ПРИМЕРЕ ЯВЛЯЕТСЯ ВЫДАЧА КАРТЫ, ЗА КОТОРОЕ АГЕНТУ ВЫПЛАЧИВАЕТСЯ ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ

ИЗ ЧЕГО СКЛАДЫВАЕТСЯ ДОХОД АГЕНТА?

ДОХОД АГЕНТА СОСТОИТ ИЗ СУММЫ ВОЗНАГРАЖДЕНИЙ ЗА КАЖДОГО НОВОГО КЛИЕНТА. В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВИДА РЕКЛАМЫ, ТРАФИКА И ВЫБОРА ОФФЕРА, И ФОРМИРУЕТСЯ ДОХОД АГЕНТА.

ПРИМЕР



АГЕНТ: НИКОЛАЙ

- ИСТОЧНИК ТРАФИКА:
СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ
- ОФФЕР: КРЕДИТНАЯ КАРТА
- ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ: 5000 Р.

**ИТОГИ НИКОЛАЯ
ЗА МЕСЯЦ:**

- 20 КЛИЕНТОВ
- ПРИБЫЛЬ
100,000 Р.

АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ СПОСОБЫ РЕКЛАМЫ

СУЩЕСТВУЕТ МНОГО СПОСОБОВ РЕКЛАМЫ, И МЫ ПРЕДЛАГАЕМ СВОИМ АГЕНТАМ РАССМОТРЕТЬ НЕСКОЛЬКО АЛЬТЕРНАТИВ РЕКЛАМЫ ПРОДУКТОВ.

- РЕКЛАМА В ТЕМАТИЧЕСКИХ ГРУППАХ
- РЕКЛАМА В ЯНДЕКС ПРОМОСТРАНИЦЫ РСЯ В ДЗЕНЕ
- РЕКЛАМА В СОБСТВЕННЫХ ЧАТАХ И КАНАЛАХ
- НАВЯЗЧИВАЯ БАННЕРНАЯ РЕКЛАМА НА САЙТАХ
- РЕКЛАМА В REELS*

*Reels - продукт Meta. запрещенная на территории России социальная сеть Instagram, принадлежащая компании Meta, признанной экстремистской организацией.

РЕКЛАМА В ТЕМАТИЧЕСКИХ ГРУППАХ

РЕКЛАМА В ТЕМАТИЧЕСКИХ ГРУППАХ РАСПРОСТРАНЕННЫЙ СПОСОБ РЕКЛАМЫ, ОДНАКО ТРЕБУЕТ ПРАВИЛЬНОГО ВЫБОРА ГРУППЫ, ГДЕ ПРИСУТСТВУЕТ КАЧЕСТВЕННЫЙ ТРАФИК И ЧЬИ ИНТЕРЕСЫ СОВПАДАЕТ С РЕКЛАМОЙ.

НАПРИМЕР, ЕСЛИ ВЫ ИЩЕТЕ ТРАФИК НА БАНКОВСКИЕ КАРТЫ, МОЖНО ВЫБРАТЬ ГРУППУ (КАНАЛ), В КОТОРОЙ КОНТЕНТ НАПРАВЛЕН НА БОЛЬШУЮ МАССУ ЛЮДЕЙ.

ДЕЙСТВИЯ АГЕНТА:

1. ОПРЕДЕЛИТЬСЯ С ПРОДУКТОМ
2. ВЫБРАТЬ ГРУППУ (КАНАЛ)
3. ДОГОВОРИТЬСЯ С ВЛАДЕЛЬЦЕМ О СТОИМОСТИ РЕКЛАМЫ

ТЕМАТИКА ГРУПП:

НОВОСТИ, СПОРТ, АВТО, IT,
БИЗНЕС, ИНВЕСТИЦИИ,
МУЗЫКА, ПУТЕШЕСТВИЯ,
ИГРЫ

РЕКЛАМА В РСЯ ОТ ЯНДЕКСА

ПРОМОСТРАНИЦЫ В РСЯ И ДЗЕНЕ - ЭТО КОММЕРЧЕСКИЕ СТАТЬИ. ИХ ЗАДАЧА - ПРОДАТЬ ПРОДУКТ ИЛИ СПОСОБСТВОВАТЬ ЕГО ПРОДАЖЕ. В СОДЕРЖАНИИ ОПИСЫВАЮТСЯ СВОЙСТВА ТОВАРА ИЛИ УСЛУГИ ИЛИ ПРИМЕНЕНИЕ ИХ В ЖИЗНИ.

В КОНЦЕ СТАТЬИ ВСЕГДА ЕСТЬ СТА (CALL TO ACTION) - ПРИЗЫВ К ДЕЙСТВИЮ: КУПИТЬ, ЗАКАЗАТЬ, ПОДПИСАТЬСЯ И ДР.

КОММЕРЧЕСКАЯ СТАТЬЯ ДОЛЖНА НЕ ТОЛЬКО ИНФОРМИРОВАТЬ, НО И РАЗВЛЕКАТЬ, А ТАКЖЕ ЕСЛИ СТАТЬЯ БУДЕТ НЕ ТОЛЬКО ПРОДАВАТЬ ПРОДУКТ, НО И ДАВАТЬ ЧИТАТЕЛЮ БЕСПЛАТНУЮ ПОЛЬЗУ (ГАЙД, ЧЕК-ЛИСТ, ЛАЙФХАК), ТО ВЕРОЯТНОСТЬ, ЧТО ЕЕ ПРОЧИТАЮТ - БОЛЬШЕ. А ЗНАЧИТ И ВЫШЕ ШАНС, ЧТО ПРОДУКТ ЗАИНТЕРЕСУЕТ ПОТЕНЦИАЛЬНОГО КЛИЕНТА.

ПОДРОБНЕЕ ПРО РСЯ ОТ ЯНДЕКСА ВЫ МОЖЕТЕ УЗНАТЬ В ОТДЕЛЬНОМ ОБУЧЕНИИ

ПРАВИЛЬНАЯ РЕКЛАМА ПРОДУКТА

РЕКЛАМНЫЙ АГЕНТ ДОЛЖЕН СОБЛЮДАТЬ НЕСКОЛЬКО ПРАВИЛ ДЛЯ ПРАВИЛЬНОЙ ПОДАЧИ ПРОДУКТА КЛИЕНТУ:

1. РЕКЛАМА НАПРАВЛЕНА НА ЖЕЛАЕМУЮ БАНКОМ АУДИТОРИЮ
2. РЕКЛАМА НЕ ВВОДИТ КЛИЕНТА В ЗАБЛУЖДЕНИЕ
3. НЕ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ЗАПРЕЩЕННЫЕ ВИДЫ ТРАФИКА
4. ИСКЛЮЧАТЬ ИЗ РЕКЛАМЫ МИНУС-СЛОВА
5. МАРКИРОВАТЬ РЕКЛАМУ*
6. СОБЛЮДАТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПРАВИЛА БАНКА

БАНКИ ТРЕБУЮТ СОБЛЮДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ПРАВИЛ РЕКЛАМЫ СВОИХ ПРОДУКТОВ, ЗА НЕ СОБЛЮДЕНИЕ - БЛОКИРОВКА ОФФЕРА.

*С 01.09.2022 Действует закон о маркировке рекламы № 347-ФЗ. В соответствии с законом на каждом баннере, креативе или видеоролике необходимо прописывать слово "Реклама". Подробнее о маркировке рекламы вы можете узнать в отдельном обучении.

ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ

РЕКЛАМНЫЙ АГЕНТ МОЖЕТ РАБОТАТЬ С САМЫМИ РАЗНЫМИ БАНКОВСКИМИ ПРОДУКТАМИ. ЗАДАЧА АГЕНТА - ПРИВЛЕЧЬ НОВОГО КЛИЕНТА БАНКА ПО ИНТЕРЕСУЮЩЕМУ ЕМУ ПРОДУКТУ.

РЕКЛАМНЫЙ АГЕНТ ЗАРАБАТЫВАЕТ НА ВОЗНАГРАЖДЕНИЯХ, КОТОРЫЕ ВЫПЛАЧИВАЮТСЯ ПОСЛЕ ВЫПОЛНЕНИЯ ЦЕЛЕВОГО ДЕЙСТВИЯ И ОДОБРЕНИЯ БАНКА.

РЕКЛАМНЫЙ АГЕНТ ДОЛЖЕН СОБЛЮДАТЬ ВСЕ ПРАВИЛА БАНКА, ИСПОЛЬЗОВАТЬ РАЗРЕШЕННЫЙ ТРАФИК И ПРИВЛЕКАТЬ КАЧЕСТВЕННЫХ КЛИЕНТОВ.

ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ИНФОРМАЦИЮ И ОБУЧЕНИЕ ВЫ ВСЕГДА МОЖЕТЕ НАЙТИ В НАШЕМ СООБЩЕСТВЕ

ОБУЧЕНИЕ

easy partners.

ВЫ ПРОШЛИ БАЗОВОЕ ОБУЧЕНИЕ

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ И ПОЛЕЗНЫЕ СТАТЬИ ВЫ
ВСЕГДА МОЖЕТЕ НАЙТИ НА НАШИХ РЕСУРСАХ.

EASYPARTNERS.RU

easy partners.

