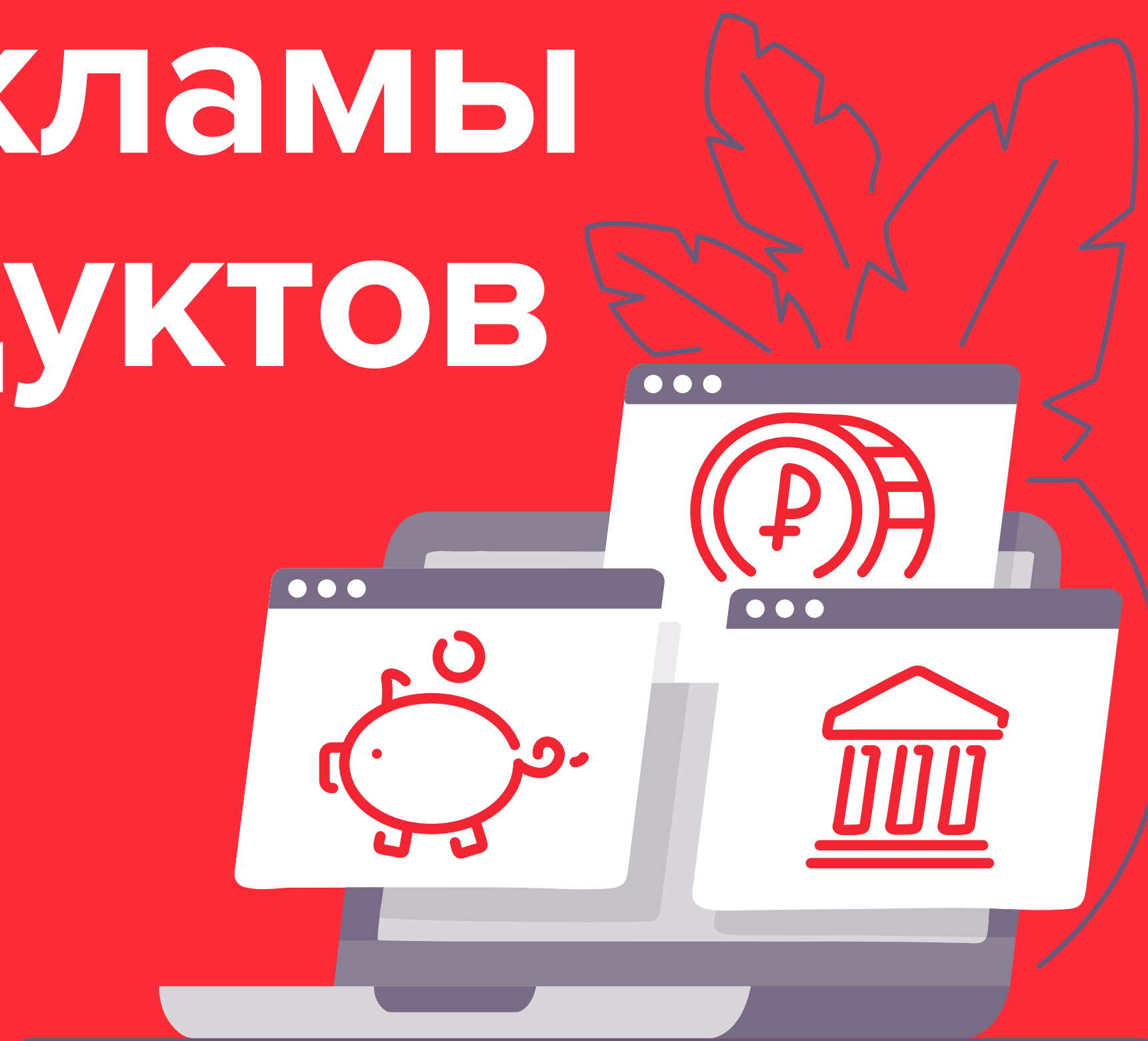


# Обзор рынка рекламы банковских продуктов и услуг

Исследование myTarget, II квартал 2019



# Содержание

Данные в исследовании	3
<b>Портрет аудитории проектов Mail.ru Group, интересующейся финансовыми услугами</b>	<b>4</b>
Демография посетителей с интересом к банковским продуктам и услугам	5
Демография посетителей с интересом к банковским продуктам и услугам	6
Группа доходов посетителей с интересом к банковским продуктам и услугам	7
Устройства посетителей с интересом к банковским продуктам и услугам	8
<b>Реклама банковских продуктов и услуг в myTarget</b>	<b>9</b>
Темпы роста затрат на рекламу банковских продуктов и услуг	10
Динамика долей затрат по типам банковских продуктов и услуг	11
Доли затрат на рекламные форматы	12
Динамика долей затрат на видеоформаты	13
Доли затрат по типам устройств	14
Динамика затрат и стоимости клика	15
<b>Таргетинги в рекламе банковских продуктов и услуг в myTarget</b>	<b>16</b>
Аудиторные сегменты в категории финансы	17
Доли затрат на таргетинги по полу и возрасту	18
Доли затрат на технологии ремаркетинга	19
Доли затрат на контекстный таргетинг	20
<b>Основные выводы исследования</b>	<b>21</b>
<b>Глоссарий</b>	<b>22</b>

# Данные в исследовании

## Социально-демографические характеристики посетителей ресурсов Mail.ru Group в категории банковские продукты и услуги

**Автокредиты:** пользователи, планирующие приобрести автомобиль в кредит или рассматривающие для себя эту возможность. Посещают сайты автодилеров, выбирая автомашину и сайты банков, сравнивая предложения на кредиты.

**Депозиты и вклады:** люди, интересующиеся такими банковскими услугами, как вклад и депозит. Читают финансовые новости, посещают сайты банков, сравнивая предложения.

**Ипотека:** люди, планирующие покупать квартиру в кредит. Посещают сайты девелоперских компаний, а также сайты банков, сравнивая предложения

**Потребительские кредиты:** пользователи, планирующие воспользоваться банковским продуктом «потребительский кредит». Посещают сайты разных банков, сравнивая предложения

**Услуги для бизнеса:** люди, которые интересуются различными банковскими продуктами для введения бизнеса. Посещают сайты банков, сравнивая предложения

**Кредитные карты:** пользователи, которые являются держателями кредитных карт или планируют ими стать. Посещают сайты банков, сравнивая предложения

## Затраты рекламодателей банковских продуктов и услуг в сервисе myTarget

**Автокредиты:** реклама автокредитов и услуг лизинга автотранспорта

**Депозиты и вклады:** реклама вкладов, накопительных счетов и депозитов

**Ипотека:** реклама ипотечных кредитов и услуг рефинансирования

**Потребительские кредиты:** реклама потребительских кредитов и услуг рефинансирования

**Услуги для бизнеса:** реклама РКО, эквайринга, кредитов и платежных карт для бизнеса и других услуг

**Платежные карты:** реклама кредитных, дебетовых, карт рассрочек и платежных систем

**Другие товары и услуги:** имиджевая реклама, брокерские услуги от банков, обмен валют и другие услуги банков

# Портрет аудитории проек- тов Mail.ru Group, интересую- щейся финансовыми услугами

# Демография посетителей с интересом к банковским продуктам и услугам

Интерес к банковским услугам одинаково высок как у мужчин, так и у женщин.

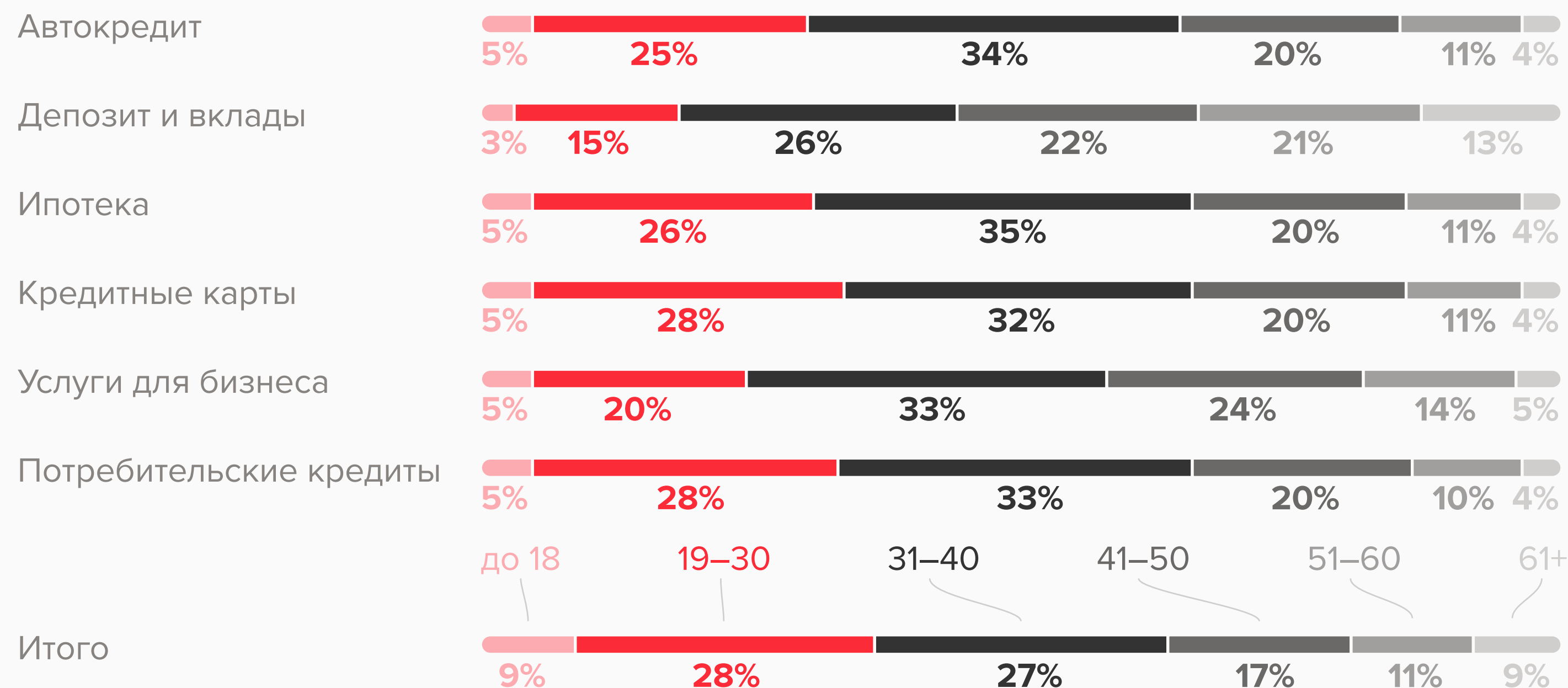
Автокредитами и депозитами чаще интересуются мужчины, а ипотекой, кредитными картами и услугами для бизнеса — женщины.



# Демография посетителей с интересом к банковским продуктам и услугам

Наиболее активные потребители банковских услуг — пользователи 19–40 лет.

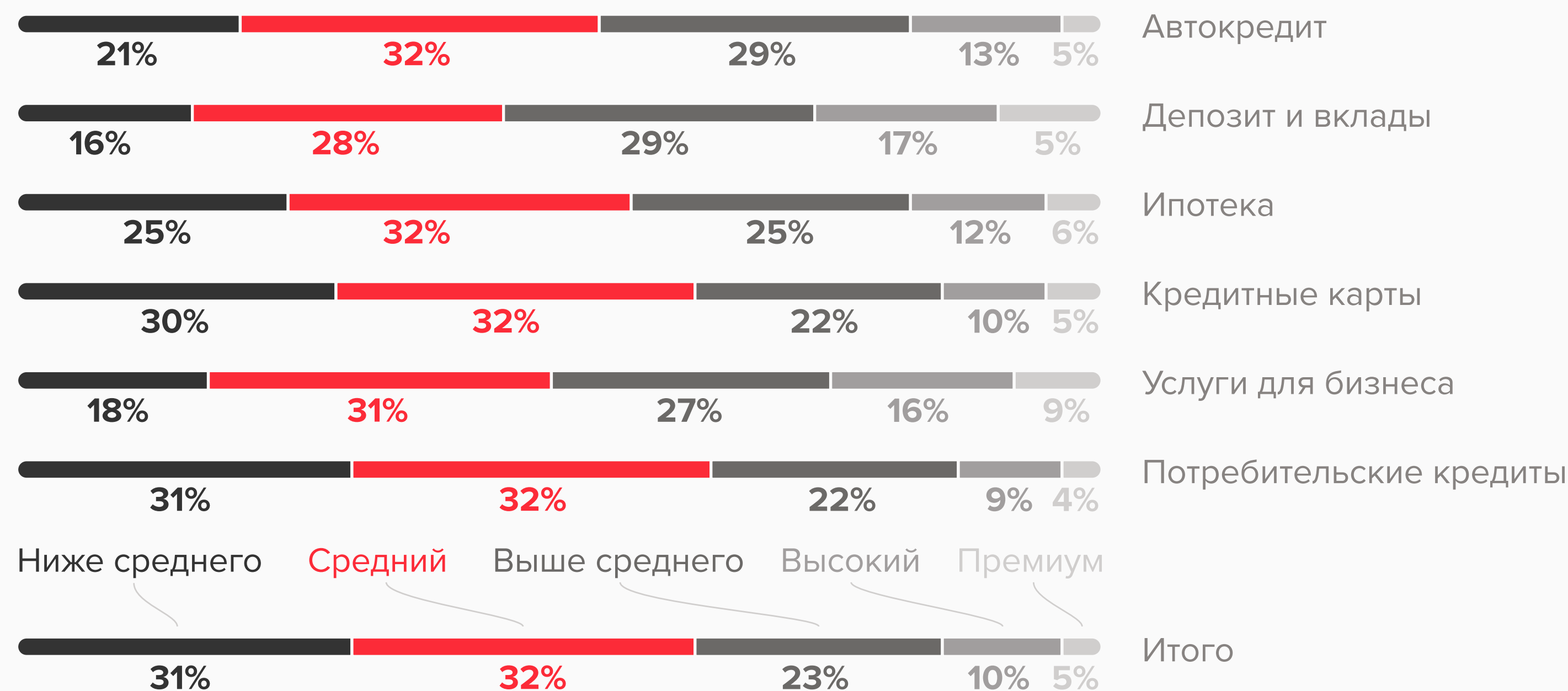
Потребительскими кредитами, автокредитами, ипотекой и кредитными картами посетители интересуются уже с 19 лет, а депозитами, вкладами и услугами для бизнеса — с 31 года и старше.



# Группа доходов посетителей с интересом к банковским продуктам и услугам

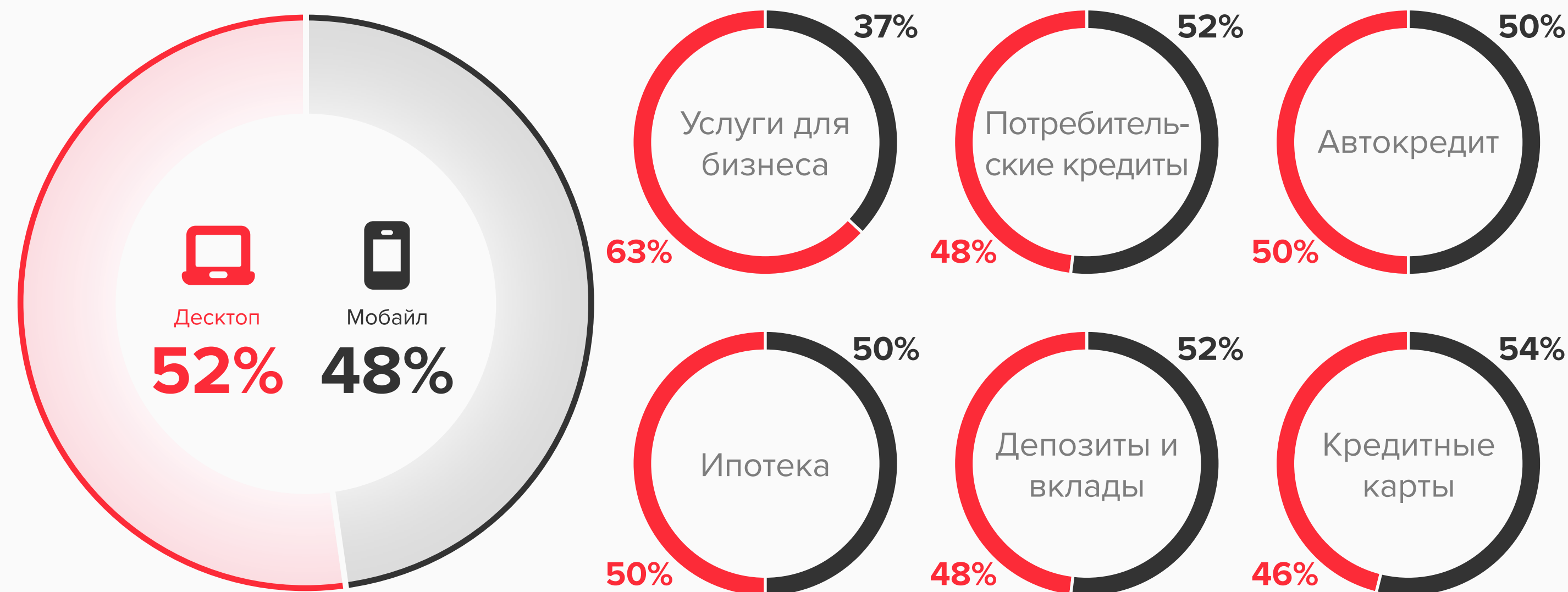
Среди аудитории с интересом к банковским продуктам и услугам чаще встречаются посетители со средним и ниже среднего доходом.

Интерес к депозитам, вкладам и услугами для бизнеса преобладает у посетителей с доходом выше среднего и высоким.



# Устройства посетителей с интересом к банковским продуктам и услугам

Среди посетителей, интересующихся кредитными картами, депозитами и вкладами, а также потребительскими кредитами, высокая доля мобильной аудитории, а услугами для бизнеса — десктопной аудитории.







# Реклама банковских продуктов и услуг в myTarget

# Темпы роста затрат на рекламу банковских продуктов и услуг

Во II квартале 2019 года в myTarget совокупные бюджеты рекламодателей банковских продуктов и услуг выросли на 54% по сравнению с аналогичным периодом 2018 года.

Рост за первое полугодие 2019 года составил 65%.

I квартал 2019 / 2018

**+80%**

II квартал 2019 / 2018

**+54%**

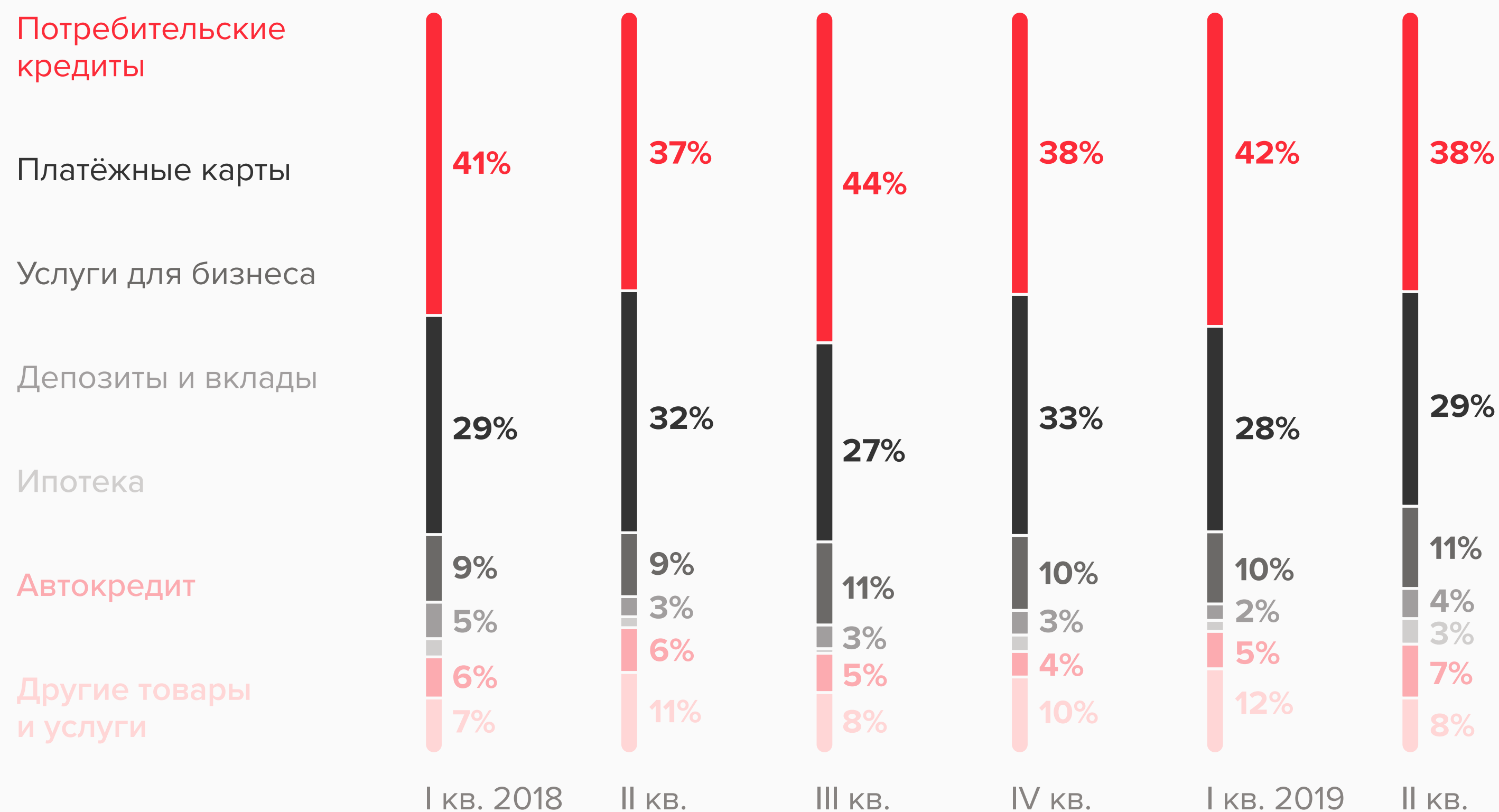
I полугодие 2019 / 2018

**+65%**

# Динамика долей затрат по типам банковских продуктов и услуг

Во II квартале 2019 года больше половины рекламных затрат пришлось на рекламу потребительских кредитов (38%) и платежных карт (29%).

По сравнению с предыдущими периодами наблюдается рост в сегментах автокредиты (7%), ипотека (3%), депозиты и вклады (4%).



# Доли затрат на рекламные форматы

Значительная доля рекламных затрат (65%) в сегменте банковских продуктов и услуг приходится на мультиформатные размещения. Данный формат лидирует в рекламе автокредитов (91%) и потребительских кредитов (69%).

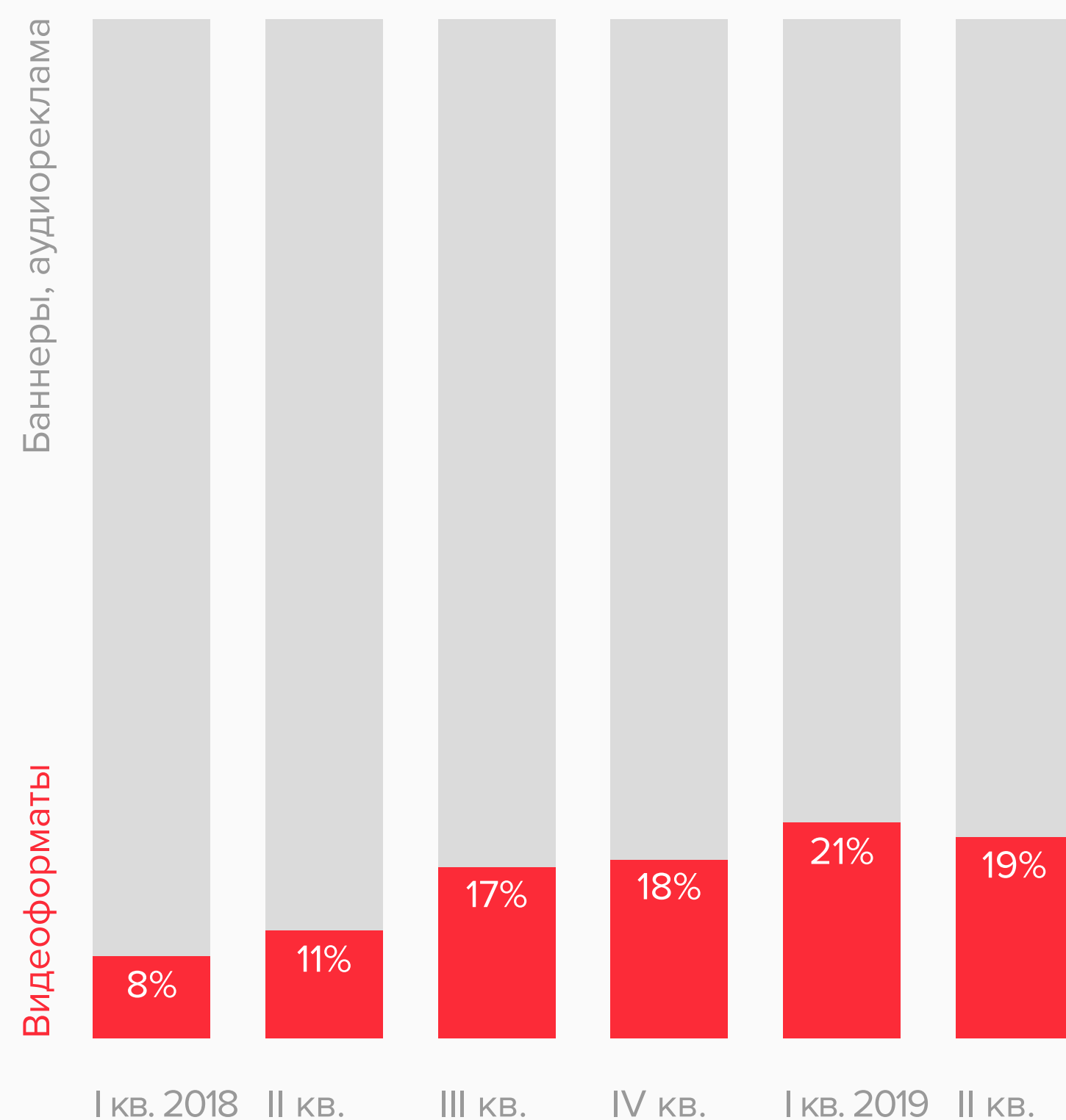
В рекламных размещениях ипотечных кредитов (26%), депозитов и вкладов (23%) на втором месте по популярности формат карусель.



# Динамика долей затрат на видеоформаты

Видеореклама является одним из самых быстрорастущих форматов в размещении банковских продуктов и услуг.

Максимальная доля видео характерна в рекламе услуг для бизнеса (27%), потребительских кредитов (23%), платежных карт (18%) и прочих банковских товаров и услуг (36%).



## Топ банковских продуктов и услуг по доле видеорекламы



# Доли затрат по типам устройств

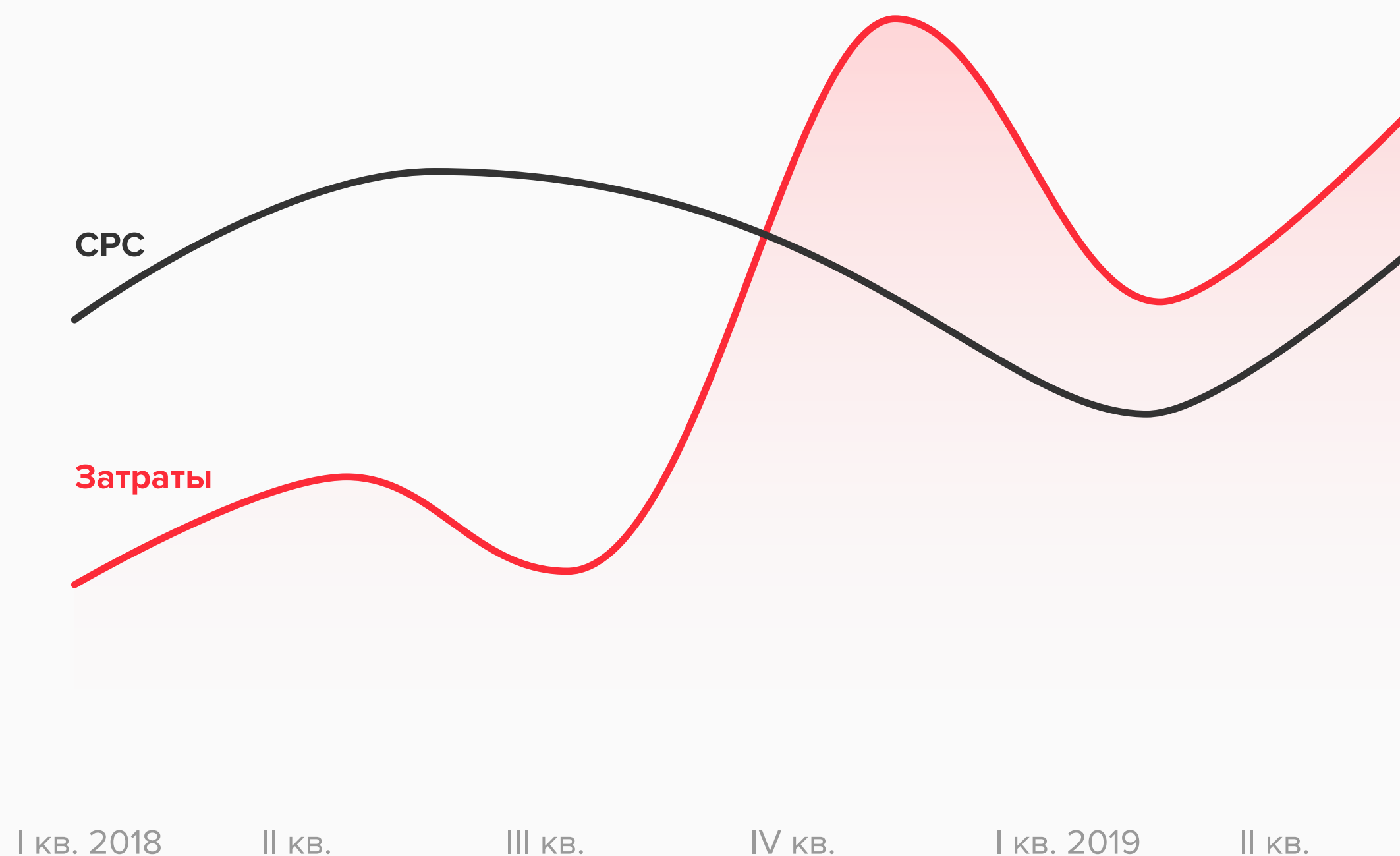
Во II квартале 2019 года в размещениях банковских продуктов и услуг преобладают кроссплатформенные размещения (84%).

Мобильные рекламные форматы характерны для других банковских товаров и услуг, в основном в виде рекламы мобильных приложений инвестиционных продуктов и решений от банков.



# Динамика затрат и стоимости клика

Стоимость клика в myTarget в рекламе банковских продуктов и услуг меняется вследствие перераспределение затрат рекламодателей на различные модели оплаты рекламы.





# Таргетинги в рекламе банковских продуктов и услуг в myTarget



# Аудиторные сегменты в категории финансы

Сервис myTarget предоставляет широкий набор таргетингов для точного поиска аудитории с интересом к финансовым услугам.

## Обычные интересы

Автокредиты  
Банки, банковские услуги  
Вклады и депозиты  
Ипотека  
Использование онлайн банка  
Использование электронных денег  
Котировки, фондовые рынки  
Кредитные карты  
Кредиты для бизнеса  
Микрозаймы  
Платящие в приложениях  
Потребительские кредиты  
Рефинансирование Кредита  
Услуги для бизнеса

## Постоянные интересы

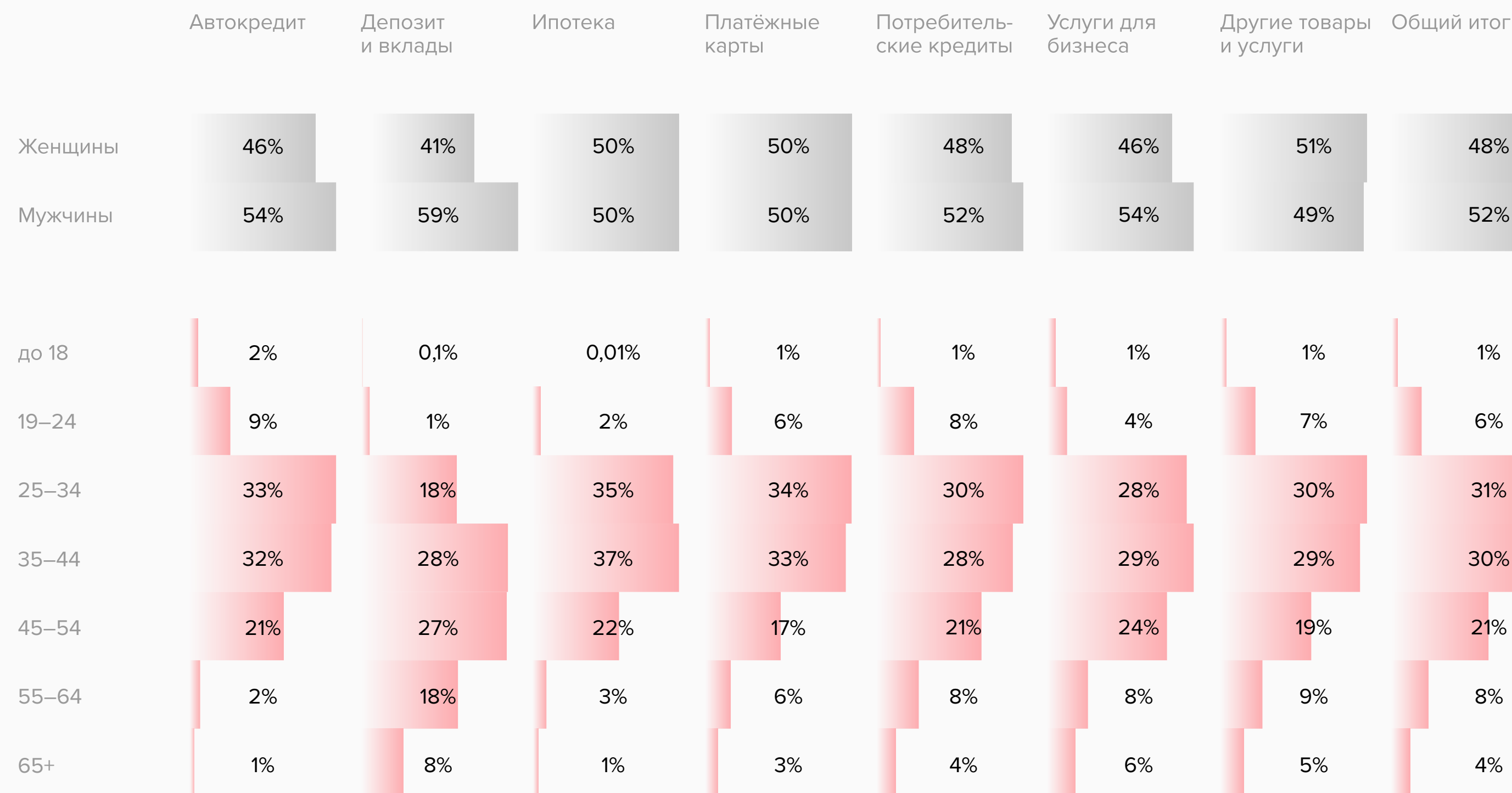
Автокредиты  
Вклады и депозиты  
Ипотека  
Котировки, фондовые рынки  
Кредиты для бизнеса  
Микрозаймы  
Потребительские кредиты

# Доли затрат на таргетинги по полу и возрасту

Затраты рекламодателей на банковские продукты и услуги преимущественно приходятся на группу 25-54 лет.

Реклама депозитов и вкладов выделяется среди других продуктов таргетированием на широкие возрастные группы 25-64 лет.

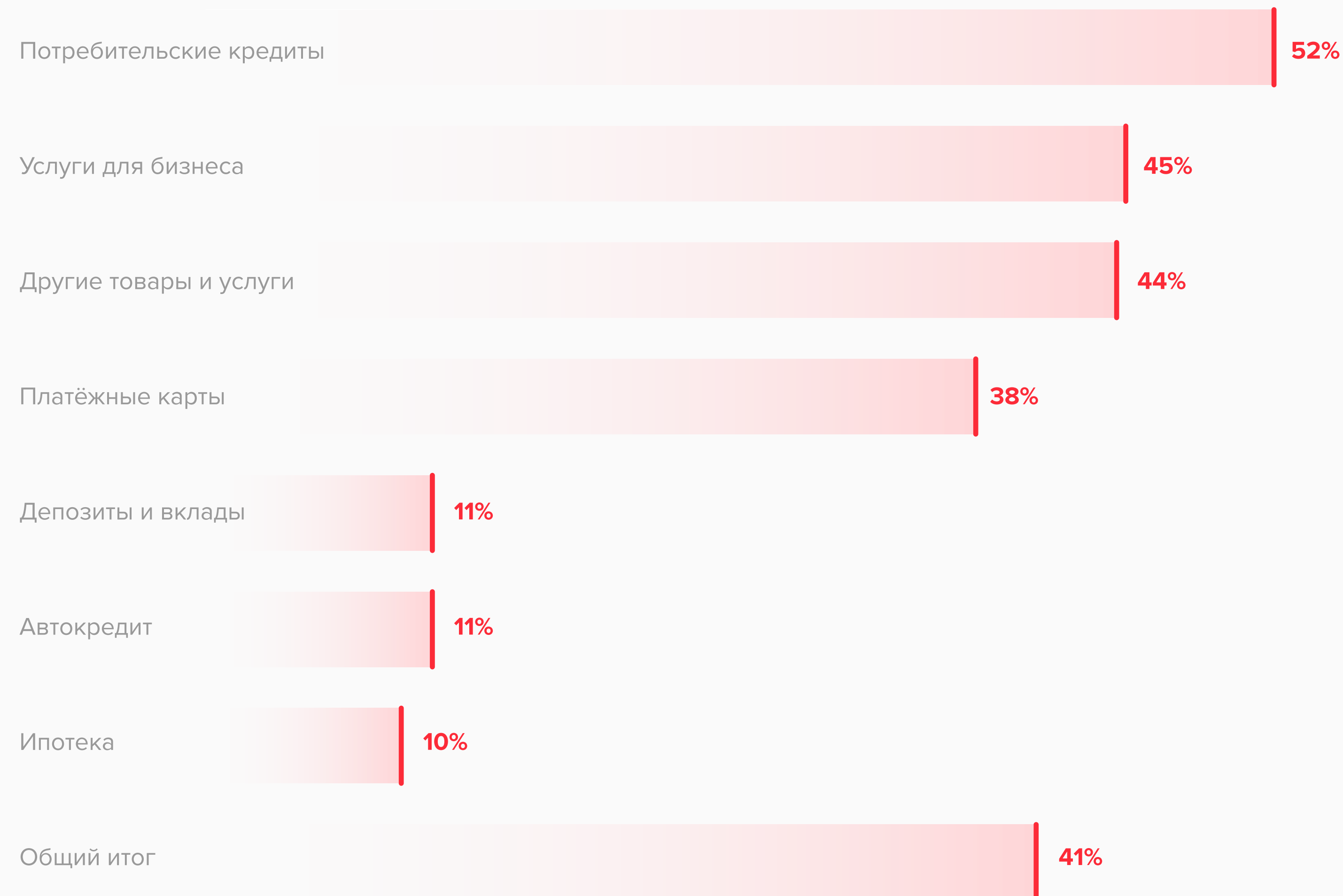
Автокредиты, услуги для бизнеса, депозиты и вклады чаще таргетируют на мужчин, для остальных продуктов и услуг распределение по полу равномерное.



# Доли затрат на технологии ремаркетинга

Более 40% рекламных затрат банковских продуктов и услуг размещаются с использованием различных технологий ремаркетинга.

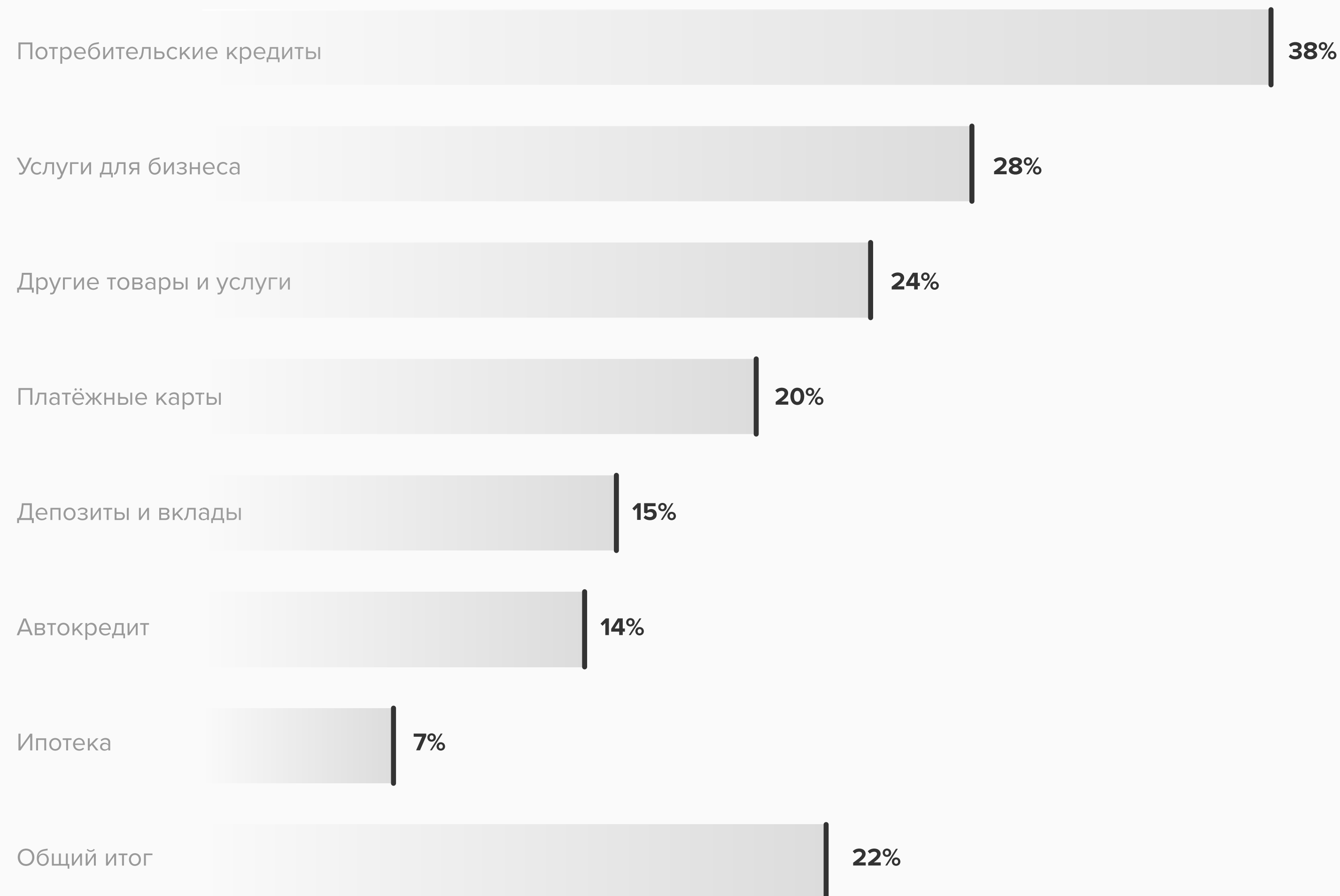
Наиболее часто ремаркетинг применялся в рекламе потребительских кредитов (52%) и различных услуг для бизнеса (45%).



# Доли затрат на контекстный таргетинг

Во II квартале 2019 на контекстный таргетинг пришлось 22% рекламных затрат.

Контекстный таргетинг наиболее популярен в рекламе автокредитов, где поиск сопутствующих товаров традиционно наиболее высок в классифайдах объявлений, а также в рекламе услуг для бизнеса и платежных карт.



# Основные выводы исследования

## Инсайты по аудитории

- Банковскими продуктами в равной степени интересуются как мужчины, так и женщины
- Наиболее активные потребители банковских услуг – пользователи 19–40 лет
- Среди аудитории с интересом к банковским продуктам и услугам чаще встречаются посетители со средним и ниже среднего доходом
- Среди посетителей, интересующихся кредитными картами, депозитами и вкладами, а также потребительскими кредитами, высокая доля мобильной аудитории, а услугами для бизнеса — десктопной аудитории

## Рекламные инсайты

- Во 2 кв. 2019 года в myTarget совокупные бюджеты рекламодателей банковских продуктов и услуг выросли на 54% по сравнению с аналогичным периодом 2018 года
- Драйвером роста выступает реклама потребительских кредитов (38%) и услуг для бизнеса (28%)
- В размещениях банковских продуктов и услуг преобладают кроссплатформенные (84%) и мультиформатные размещения (65%)
- Максимальная доля видео характерна в рекламе услуг для бизнеса (27%), потребительских кредитов (23%), платежных карт (18%) и прочих банковских товаров и услуг (36%)
- Стоимость клика в рекламе банковских продуктов и услуг меняется вследствие перераспределения затрат на различные модели оплаты и форматы рекламы

## Инсайты по таргетингам

- Более 20 таргетингов доступно в myTarget для поиска аудитории с обычным и устойчивым интересом к финансовой тематике
- Реклама банковских продуктов и услуг чаще таргетирована на мужчин и женщин 25-54 лет
- Более 40% рекламных затрат банковских продуктов и услуг размещаются с использованием различных технологий ремаркетинга
- Контекстный таргетинг наиболее распространен в рекламе автокредитов, услуг для бизнеса и платежных карт

# Глоссарий

## Рекламные форматы

### БАННЕРЫ

**240x400** — баннер размера 240x400 пикселей в социальных сетях и сервисах.

**300x300** — баннер размера 300x300 пикселей на Главной странице Mail.Ru.

**240x400 (Html5)** — рекламное объявление с креативом 240x400 пикселей, который содержит анимационный элемент. Используются для продвижения сайтов.

### МУЛЬТИФОРМАТНЫЕ РАЗМЕЩЕНИЯ

**Мультиформат** — формат, который позволяет транслировать объявления на всех площадках Mail.ru Group и рекламной сети.

**Мультиформат в премиальной аудиторной сети** — формат, который позволяет закупать целевую аудиторию на всех тематических площадках Mail.ru Group и на внешних сайтах с возможностью выбрать любой набор мест размещений с точностью до домена.

**Супервидео** — мультиформат, который объединяет все возможности видеорекламы myTarget, стандартизирует и упрощает работу, благодаря автоматической адаптации рекламы под разные форматы размещения.

### РЕКЛАМА В ЛЕНТЕ СОЦСЕТЕЙ

**Кроссплатформенный видеопост в Одноклассниках и ВКонтакте** — формат рекламы, который позволяет рекламировать посты с видео в ленте ВКонтакте и Одноклассники, используя их качестве единой рекламной площадки.

**Посты в Одноклассниках** — рекламный формат, который позволяет увеличить охват записи, продвигать сообщество или решать e-commerce задачи.

**Видеопосты в Одноклассниках** — формат включает продвижение поста с автоматически запускающимся видео и транслируется в ленте новостей социальной сети Одноклассники.

**Посты с Lead Ads в Одноклассниках** — рекламный формат, который позволяет собирать лиды прямо внутри соцсети Одноклассники.

**Квадратное видео** — формат рекламы с квадратным видео для продвижения мобильных приложений во ВКонтакте и Одноклассниках.

**Вертикальное видео** — формат рекламы с видео, которое отображается в лентах пользователей вертикально, для продвижения мобильных приложений во ВКонтакте и Одноклассниках. Такой тип контента занимает больше места на экране мобильных устройств, а также делает рекламное сообщение заметнее в ленте пользователей и удобнее для просмотра.

**Горизонтальное видео** — формат рекламы с горизонтальным видео для продвижения мобильных приложений во ВКонтакте и Одноклассниках.

**Интерактивный формат с демо-версией игры или приложения (Playable Ads)** — формат позволяет протестировать игру прямо в ленте соцсети и познакомиться с продуктом до установки и увеличивает вероятность инсталла и дальнейших событий в приложении.

# Глоссарий

## Рекламные форматы

**Тизер** — объявление 90x75 пикселей, которое используется для продвижения сайтов на десктопе в правой и левой колонках в социальных сетях Одноклассники и Мой Мир и на проектах Mail.ru.

**Карусель** — формат, отличительной особенностью которого является показ нескольких слайдов с картинками в одном объявлении в ВКонтакте (мобильные приложения) и Одноклассники (мобильные и десктопные размещения).

**Преролл** — формат включает короткий видеоролик (до 30 с), который транслируется пользователям перед просмотром основного видео в социальных сетях Одноклассники, Мой Мир и на других проектах Mail.ru Group.

## Модели оплаты рекламы

**Клики / CPC** — сумма по выбранной ставке за каждый клик пользователя по объявлению.

**Показы / CPM** — сумма по выбранной ставке за каждую тысячу показов рекламы пользователям.

**Установки / CPI** — сумма по выбранной ставке за каждую установку мобильного приложения.

**Событие / CPA** — сумма по выбранной ставке за выполненное целевое действие (сейчас возможна оплата только за просмотр видео).

**Показы / oCPM** — сумма по выбранной ставке за каждый показ мобильного приложения с оптимизацией по установкам.

## Технологии

**Ремаркетинг** — технология, позволяющая повторно обратиться к аудитории, уже ознакомленной с рекламируемым продуктом. Ремаркетинг можно настроить: по спискам пользователей, по событиям в приложениях, на пользователей, взаимодействовавших с вашей рекламной кампанией, по посетителям сайта (с использованием счетчика top.mail.ru), по аудиториям рекламных кампаний на внешних сайтах (с использованием пикселя top.mail.ru).

**Динамический ремаркетинг** позволяет показывать рекламу определенных товаров или услуг пользователям, которые ранее уже интересовались этими товарами или услугами. Особенность данной технологии в том, что баннеры создаются автоматически на основе заданных рекламодателем шаблонов объявлений, заполняемых сведениями о товарах или услугах из продуктового фида.

**Ремаркетинг по пользователям приложения с использованием диплинков** — позволяет показывать объявления пользователям, посетившим сайт или приложение, или исключать их из аудитории.