

Зарисовки с лекции руководителя отдела Mail.ru

2008-10-17 03:50:03

16 октября 2008 г. (вчера) я посетил **Лекцию руководителя направления нестандартной рекламы Mail.ru Ксении Коробейниковой** “Нестандартная реклама в Интернете. Возможности и результаты”.



Место проведения: Высшая Школа Экономики, Кафедра инноваций и бизнеса в сфере информационных технологий, г. Москва.

По заявленной теме так ничего особого озвучено и не было. Но, она рассказала **интересные моменты из работы Mail.ru** с некоторыми кейсами (случаи из практики).

1. Проекты, которые в основном делает [Mail.ru](http://mail.ru), например, <http://school.mail.ru> или <http://euro2008.mail.ru> делаются только под клиентов, называемых генеральный спонсор.

Спонсор у проекта может быть только один. На вопрос “Почему?” последовал ответ:

- так удобнее;
- если спонсоров будет определено, например, два, то один может найтись и заплатить деньги, а второго могут и не найти; половины денег только от первого спонсора может не хватить на проект.

2. Создаваемые проекты Mail.ru продает клиентам только на какой-то определенный период / сезон, например, с апреля по ноябрь.

Следующий сезон может выкупить уже другой клиент. Если его никто не выкупит, то проект просто закрывают, т.к. содержать его за свой счет им нерентабельно.

Суть для клиентов в создании / покупке проектов на время только одна – они там рекламируются всевозможными способами и их фирменная символика (бренд) присутствует в элементах проекта где только можно.

3. Mail.ru в приложении к договору на создание проекта всегда прописывают условие “Удвоение сроков”.

Если клиент, задержал что-то что он должен был сделать со своей стороны на 1 день, то срок создания проекта Mail.ru увеличивается на 2 дня, если задержал на 2 дня, то на 4 и т.д.

4. В отделе нестандартной рекламы Mail.ru работает всего 4 человека: К. Коробейникова (руководитель + общается с клиентами), еще один account manager (общение с клиентами), технический специалист и менеджер по проектам. Естественно, что сами проекты создают команды простых исполнителей.

5. У них есть специальная служба, которая отслеживает положительные и отрицательные отзывы

от людей, присылаемые через Обратную связь.

Отзывы присылает 2% от посетителей.

6. Разный формат баннеров и рекламных компаний на портале Mail.ru нравится или раздражает абсолютно разные регионы России и мира.

То есть, какая-то рекламная компания может нравиться посетителям из Астрахани, и раздражать людей из Новосибирска. Почему в Mail.ru сами не понимают.

7. CTR (Click-Through-Ratio, отношение числа посетителей, перешедших по баннеру к числу показов), то есть кликабельность у мужчин и женщин для баннеров общей тематики одинаковая.

8. Летом проводился конкурс с призом Поездка на Евро 2008 по футболу. Нужно было правильно ответить на список вопросов по футболу и написать эссе (рассказ).

Из 5 000 присланных ответов – правильно ответили только 10 человек 🙄

Потом 2 из 10 прислали эссе откуда-то “скопипастенные”)). Из оставшихся 8 человек – 1 (одной) девочке было 13 лет.

В итоге на Евро поехал только 1 человек, тоже девушка)), но другая.

<http://mauzer.info> SEO, и все, что связано с WEB. С заголовком “Google VS Яндекс. А я только наблюдаю ...”

Блог на украинском языке, но я думаю он будет полезен моим читателям из Украины и всем, кто знает украинский язык.

Кстати, [блог тоже DoFollow](#).

[создание сайтов](#)

okbm(“”,“”)

fmates_member="FMC002928-01450"; fmates_c="eeeeee"; fmates_bc="eeeeee"; fmates_fc="000000"; fmates_ac="660033";