

Преимущества тизерной рекламы

Аснович Н.Г.

Белорусский национальный технический университет

Тизерная реклама – это способ маркетинговой коммуникации, построенный на принципе pull-рекламы, когда для привлечения внимания потенциального потребителя используется «завязка»: интригующая фраза или картинка, которая может «раскрыться», а может, и нет в течение всей рекламной кампании.

Тизерная реклама состоит из двух частей. В первой пользователям демонстрируется сам тизер, задающий провокационный вопрос, побуждающий любопытство, создающий интригу и т.д. Вторая часть дает ответ на загадку, удовлетворяет интерес аудитории и демонстрирует продвигаемый бренд.

Все тизерные кампании делятся на однодневные и недельные. Первые предполагают мгновенное раскрытие загадки (переход на ресурс рекламодателя), вторые – дают ответы на вопросы спустя 2-3 недели после появления тизеров в сети. Для раскрутки сайтов обычно применяются однодневные тизерные кампании.

Достоинства тизерной рекламы:

Таргетированность. Профессиональная настройка тизерной кампании позволяет охватить целевую аудиторию (географического, социально-демографического, тематического, временного и поведенческого таргетинга);

Рентабельность. Новизна тизеров увеличивает кликабельность инфоблоков. Количество просмотров в 2-3 раза выше по сравнению с поисковым продвижением сайта, контекстной и баннерной рекламой в интернете;

Гибкость. Тизер легко встраивается в дизайн рекламной площадки, поэтому не раздражает посетителей;

Формат. Тизер является новым форматом для многих антирекламных утилит, поэтому имеет больше шансов быть увиденным целевой аудиторией.

Разместить тизерную рекламу можно самостоятельно через многочисленные тизерные сети (Teasernet, Visitweb, Adlabs, Tizeroff и др.) или воспользоваться услугами компании, осуществляющей поисковую оптимизацию сайта и продвижение web-проектов.