

Контекстная реклама Яндекс.Директа в Украине

Осень 2010

1. Аудитория Яндекс.Директа

В июне 2010 года суточная украинская аудитория Яндекс.Директа на поиске и сайтах, входящих в Рекламную сеть Яндекса, составляла 2,4 млн человек. За год аудитория Директа в Украине выросла в 1,5 раза.

В июне 2010 года 55% всех переходов по объявлениям Яндекс.Директа из Украины совершили пользователи из Киева и Киевской области, а 45% — пользователи из регионов. Доля региональных переходов выросла за год более чем на 8 процентных пунктов.

Рис. 1. Рост контекстной рекламы в регионах

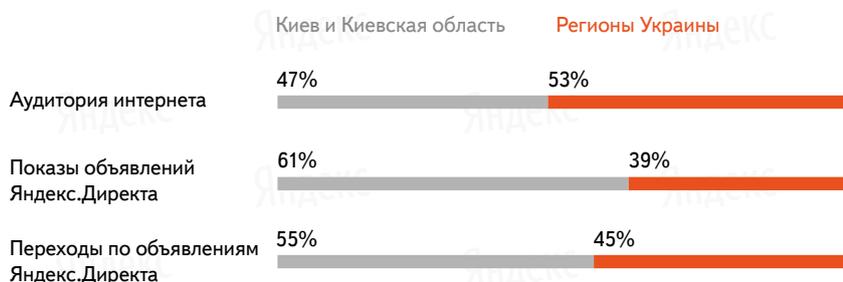
Доля от всех переходов по объявлениям Яндекс.Директа, %



По данным Яндекс.Директа, 2009–2010

Интерес к контекстной рекламе у пользователей из столицы и из регионов практически не отличается. В первом полугодии 2010 CTR у объявлений, показанных региональным пользователям, был даже немного выше, чем у объявлений в столичном регионе.

Рис. 2. Резервы роста аудитории контекстной рекламы в регионах



По данным Geti.us и Яндекс.Директа, июнь 2010

2. Рекламодатели Яндекс.Директа

За первую половину 2010 года рекламой в Яндекс.Директе воспользовались более 6350 украинских рекламодателей, это на 83% больше, чем годом ранее. Основная часть рекламодателей контекста (64%) — из Киева и Киевской области. На них же приходится и основная масса рекламных бюджетов. Впрочем, рекламодатель, который находится в столице, может заказывать и оплачивать рекламу по всей Украине и миру, поэтому не все бюджеты столичных рекламодателей обязательно тратятся на рекламу в столице.

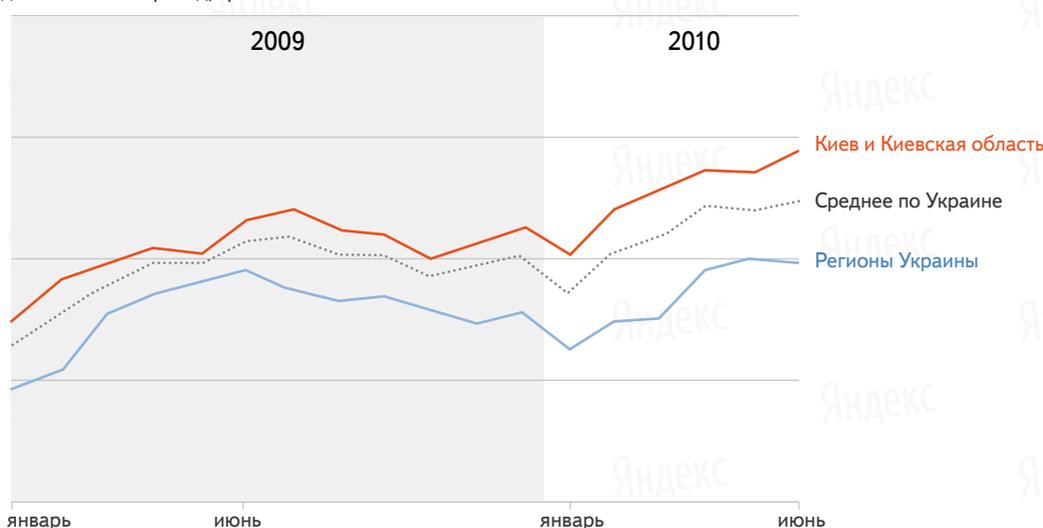
Среднемесячный бюджет украинского рекламодателя (за первое полугодие 2010, без учёта налогов и скидок) — 264 гривни. За год бюджет рекламодателя вырос в среднем по Украине на 9%. В Киеве и Киевской области прирост составил 7%, а в регионах — 12%.

С развитием рынка контекстной рекламы растёт и конкуренция — средняя ставка за переход одного пользователя по рекламному объявлению выросла с июня 2009 по июнь 2010 на 12%.

За привлечение пользователей из столицы рекламодатели готовы платить больше, чем за региональных пользователей. По данным Яндекс.Директа на первую половину 2010 года, средняя плата за переход одного пользователя из Киева и Киевской области была в полтора раза выше, чем плата за переход пользователя из регионов.

Рис. 3. Изменение средней платы за один переход по объявлению в системе Яндекс.Директ

Средняя плата за переход, гривни



По данным Яндекс.Директа, 2009–2010

Количество рекламодателей на тысячу человек аудитории Яндекс.Директа в Украине на конец первого полугодия 2010 составляло 2,4.

Для сравнения, в среднем по России этот показатель несколько выше — 6,6. Потенциал для увеличения количества рекламодателей контекста в Украине огромен.

3. Данные по регионам

Центр

(Винницкая, Житомирская, Кировоградская, Полтавская и Черкасская области. Без учёта Киева и Киевской области)

Количество рекламодателей (за первое полугодие 2010) — **110**
Изменение за год к июню 2010 **+104%**

Среднемесячный бюджет рекламодателя (первое полугодие 2010, без учёта налогов и скидок) — **351** гривня
Изменение за год к июню 2010 **+61%**

Юг

(Одесская, Херсонская, Николаевская области)

Количество рекламодателей (за первое полугодие 2010) — **480**
Изменение за год к июню 2010 **+91%**

Среднемесячный бюджет рекламодателя (первое полугодие 2010, без учёта налогов и скидок) — **234** гривни
Изменение за год к июню 2010 **-6%**

Север

(Черниговская и Сумская области)

Количество рекламодателей (за первое полугодие 2010) — **60**
Изменение за год к июню 2010 **+190%**

Среднемесячный бюджет рекламодателя (первое полугодие 2010, без учёта налогов и скидок) — **54** гривни
Изменение за год к июню 2010 **-36%**

Восток

(Донецкая, Днепропетровская, Запорожская, Луганская, Харьковская области)

Количество рекламодателей (за первое полугодие 2010) — **1100**
Изменение за год к июню 2010 **+86%**

Среднемесячный бюджет рекламодателя (первое полугодие 2010, без учёта налогов и скидок) — **225** гривен
Изменение за год к июню 2010 **+25%**

Крым

Количество рекламодателей (за первое полугодие 2010) — **240**
Изменение за год к июню 2010 **+104%**

Среднемесячный бюджет рекламодателя (первое полугодие 2010, без учёта налогов и скидок) — **427** гривен
Изменение за год к июню 2010 **+9%**

Запад

(Волинская, Закарпатская, Ивано-Франковская, Львовская, Ровенская, Тернопольская, Черновицкая, Хмельницкая области)

Количество рекламодателей (за первое полугодие 2010) — **120**

Изменение за год к июню 2010 **+78%**

Среднемесячный бюджет рекламодателя (первое полугодие 2010, без учёта налогов и скидок) — **144** гривни

Изменение за год к июню 2010 **-39%**

Киев и Киевская область

Количество рекламодателей (за первое полугодие 2010) — **4080**

Изменение за год к июню 2010 **+79%**

Среднемесячный бюджет рекламодателя (первое полугодие 2010, без учёта налогов и скидок) — **277** гривен

Изменение за год к июню 2010 **+7%**

Таблица 1. Сравнение показателей развития контекстной рекламы по регионам

	Изменение количества рекламодателей из региона*	Среднемесячный бюджет рекламодателя из региона в первой половине 2010 года, без учёта налогов и скидок, гривни	Изменение среднемесячного бюджета рекламодателя из региона, без учёта налогов и скидок*
Центр (без Киева и Киевской области)	+104%	351	+61%
Юг	+91%	234	-6%
Север	+190%	54	-36%
Восток	+86%	225	+25%
Крым	+104%	427	+9%
Запад	+78%	144	-39%
Среднее по регионам Украины	+90%	241	+12%
Киев и Киевская область	+79%	277	+7%

*первое полугодие 2010 к первому полугодю 2009

По данным Яндекс.Директа, 2009-2010