



Дмитрий Волошин



Павел Зинган

Реальная реклама в виртуальной сети

Беседу вела Александра ЗЕМЦОВСКАЯ

В начале века интернета было трудно даже представить себе объемы будущих продаж рекламы в виртуальной сети. Сегодня трудно себе представить посещаемые сайты без рекламы. Владельцы некоторых порталов стали миллионерами, продавая рекламу в интернете. Многие мечтают ими стать. Интернету во всем мире прочат будущее единственного, вытеснившего все остальные, средства массовой информации. Вслед за рынком США и Европы и в России интернет-реклама начала приносить прибыли с шестью или с семью нулями. А у нас?

А у нас для многих предпринимателей интернет-реклама такая же экзотика, как и реклама на воздушном шаре, в туалетах или на ручках в троллейбусах. После бума стодолларовых сайтов, которые продавали баннеры по 5-15 долларов, сегодня рынок интернет-рекламы в Молдове представлен всего несколькими сайтами, сумевшими добиться высокой, по молдавским меркам, посещаемости и, следовательно, привлечь на себя внимание молдавских компаний. Среди игроков, предлагающих клиентам услуги интернет-рекламы в Молдове, можно выделить двоих, самых активных и амбициозных — это компании Simpals (директор [Дмитрий Волошин](#)) и Zingan.com (директор [Павел Зинган](#)).

Дмитрий Волошин:

«Молдавский интернет-рынок на сегодняшний день ещё не сформировался. В общем и целом в Молдове существует чуть более десяти действительно посещаемых и популярных сайтов. Это point.md, 999.md, forum.md, yes.md, gsm.md, drive.md, joblist.md компании Simpals, mail.md, ournet.md, azi.md компании DNT, faces.md компании Intermedia, allmoldova.com компании Zingan.com.

В Молдове далеко не все понимают, насколько этот рынок перспективен. Мы, одни из немногих, занимаемся развитием этого бизнеса. На сегодняшний день можно выделить два направления нашей работы. Во-первых, мы создаем и «раскручиваем» различные интернет-проекты. Мы добиваемся того, что наши сайты достигают максимальной по молдавским меркам посещаемости и уже сегодня продажей рекламных площадей зарабатывают для компании деньги. Во-вторых, наша компания, пожалуй, единственная в стране предоставляет профессиональный рекламный сервис в интернете, то есть может обеспечить проведение больших интернет-кампаний с геотаргетингом как на Молдову, так и на любую страну мира, используя google, yandex, begun и т.д. Таким образом, мы показываем всем «сомневающимся», что интернет в Молдове — это прибыльный, интересный и очень перспективный бизнес».

Павел Зинган:

«Рынка интернет-рекламы в Молдове пока еще нет. Рынок в любом случае предполагает наличие нескольких факторов: множество игроков на рынке, сформировавшиеся цены, публичную статистику. Я думаю, что в данный момент происходит зарождение интернет-рынка, и если операторы, которые сейчас работают на этом рынке, будут правильно работать со своими клиентами, то этот рынок сформируется в ближайшие 3-5 лет. В силу того, что сегодня он в зародышевом состоянии, то можно предугадать, что этот рынок вырастет в десятки раз».

По сведениям Национального Агентства по регулированию в области телекоммуникаций и информатики, в Молдове около 400 тысяч подключений к интернету. Иными словами, столько же потенциальных потребителей рекламы в Молдове более или менее регулярно получают информацию в интернете. Или, образно выражаясь, половина такого города, как Кишинев, или десятая часть населения Молдовы.

Дмитрий Волошин:

«Количество контактов потребителей с рекламой в интернете сопоставимо с количеством таких контактов на радио. И тенденция их увеличения будет продолжаться. Естественно, что по количеству рекламных контактов мы обогнали многие газеты и некоторые радиостанции.

К тому же у интернета, в отличие от других СМИ, нет географического положения: наши клиенты находятся не только в Кишиневе, у нас есть множество партнеров за рубежом и в регионах».

Павел Зинган:

«Зачастую молдавский рекламодатель не до конца понимает, за что он платит деньги, покупая баннер в интернете, поэтому лучше продаются баннеры по низкой цене, которая для клиента психологически приемлема. Я стал задумываться над тем, как формируется цена рекламы в молдавском интернете. Подсчет кликов ведется давно, но на сегодняшний день я не считаю, что количество кликов на баннер может считаться показателем того, что баннер работает. Более того, я считаю,

Рейтинг наиболее посещаемых сайтов Молдовы (посетителей в день)

1. faces.md	9000
2. 999.md	6000
3. allmoldova.com	5000
4. forum.md	4000
5. yes.md	3500

что это некорректно. Современные баннеры сами по себе содержат столько информации, что фактически кликать на баннер нет необходимости. Практически баннер является самодостаточным рекламным объявлением, а не просто гиперссылкой на сайт клиента. Одним словом, я бы оценивал эффективность баннера не по кликам, а по посещаемости сайта. Например, ежедневно ты заходишь на сайт, на котором размещен стильный баннер Nescafe, ты на него не кликаешь, но видишь его 30 дней в месяц. А когда ты приходишь в магазин, то из одиннадцати марок кофе, десять из которых тебе неизвестны, ты выберешь Nescafe, потому что реклама рассказала тебе о нем и выделила его из ряда аналогичных предложений. Это значит, что эффективность баннера — это количество людей, увидевших его. И, в отличие от телевидения, где статистика предлагает нам поверить в среднестатистические данные, интернет обладает точными инструментами подсчета количества человек, просмотревших сайт».

Отсутствие исследований молдавской интернет-аудитории, равно как и отсутствие широкой программы по популяризации интернета, информированию о его особенностях и преимуществах как СМИ привело к тому, что мнение об интернете в сознании большинства жителей Молдовы формируется под впечатлением многочисленных интернет-кафе, активно посещаемых детьми старшего школьного возраста, скабрзных историй о сайтах неприличной тематики и сенсационных пугалок в прессе о хакерах, вирусах и прочих непонятных и страшных «монстрах», в изобилии населяющих глобальную паутину.

В программу подготовки специалистов по рекламе большинства местных ВУЗов интернет-реклама просто не включена. Что же говорить о неспециалистах...

Дмитрий Волошин:

«Во-первых, у населения зачастую просто мало информации о том, что такое интернет и насколько он может быть полезен для развития бизнеса. Они не понимают, что интернет — это прибыльно и выгодно, что цена одного рекламного контакта в интернете дешевле, чем в других СМИ. Многими интернет по-прежнему воспринимается как игрушка.

То есть самая большая проблема на этом рынке — это отсутствие статистики и неинформированность клиента.

Существует множество стереотипов о рекламе в интернете: многие считают, что рекламу в интернете никто не замечает. Когда мы пишем в отчетах, что рекламу просмотрело 8000 человек, многие просто не доверяют этим цифрам только потому, что они не понимают, где находятся эти люди. Второй стереотип заключается в том, что якобы в интернете сидят только подростки 13-14 лет и им неинтересен тот продукт, который хочет рекламировать клиент. Хотя реально в Молдове тинэйджеры составляют не более 20 процентов всех потребителей интернет-продуктов. Основную долю аудитории составляют люди в возрасте от 20 до 30 лет (около 50 процентов). Другими словами, аудитория не такая бесперспективная, какой её представляют себе многие рекламодатели».



Simpals

Вчера

- Компания зарегистрирована 1 апреля 2002 года.
- Основатель — Волошин Дмитрий (Master)
- Первый офис — однокомнатная квартира и 2 человека.

Сегодня

- Создатель и владелец 7 популярных сайтов: www.yes.md, www.999.md, www.gsm.md, www.forum.md, www.point.md, www.drive.md, www.joblist.md
- Региональный партнер Yandex и контент-провайдер VOXTEL.
- Работу компании обеспечивают 20 человек.

Завтра

- 70-90% рынка интернет-рекламы в молднете.
- Создание медиа-холдинга – видеостудия, интернет-порталы, наружная реклама, мобильные услуги, пресса, радио, телевидение и другие собственные коммуникационные каналы.
- Глобальные интернет-проекты с ежедневной посещаемостью в 300-500 тысяч человек.

Павел Зинган:

«Часто молдавские рекламодатели просто не понимают, с кем они сталкиваются в интернете. Исследований серьезных никогда не проводилось, и поэтому у каждого свое собственное мнение на этот счет. Один рекламодатель говорит: «Да кто там, в интернете, — одни подростки». То есть, мысль о том, что все офисные менеджеры первое, что делают, когда приходят на работу — подключаются к интернету, таким рекламодателям просто не приходит в голову. Другое дело, что возраст молдавских посетителей глобальной сети в большинстве своем ограничивается 35-ю годами. Но многим рекламодателям аудитория от 20 до 35 лет очень интересна. Ясно, что большие деньги — у людей постарше, а это VIP-товары, квартиры, автомобили. Но до 35 лет — это тоже машины, тоже квартиры и уж тем более техника, одежда и товары повседневного потребления».

Заявляемая прайсами цена одного баннера в молдавском интернете колеблется от 30 до 400 долларов. Максимальное число посетителей на самых «раскрученных» сайтах не превышает 10 тысяч в день. Но растущее число подключений к интернету, все возрастающий интерес к этому продукту, а также собственный PR ведущих операторов рынка позволяют прогнозировать рост посещаемости молдавских ресурсов. Значит, и цена рекламы на таких ресур-

сах будет возрастать. Однако, как любой молдавский рынок, интернет-рынок сравнительно небольшой. А значит — быстро насыщаемый. То есть, однажды достигнув потолка посещаемости, молдавские сайты уже не смогут увеличивать прибыль, продавая рекламные площади. Это значит, что помимо традиционной баннерной рекламы, интернет-бизнес в Молдове должен искать, изобретать и активно внедрять дополнительные рычаги получения прибыли.

Дмитрий Волошин:

«Под интернет-рекламой мы подразумеваем не только баннерную рекламу и текстовые объявления. Сейчас во всем мире рекламный рынок занимается поиском нестандартных решений, все большей популярностью пользуются всевозможные PR-акции, оригинальные рекламные ходы. Современные потребители рекламы зачастую слабо воспринимают прямую рекламу, поэтому рекламодатели ищут новые инструменты привлечения внимания аудитории. Эта общемировая тенденция наблюдается и в Молдове. Поэтому мы стремимся предлагать клиенту множество нестандартных, но эффективных рекламных решений. Многие из них стали постоянными услугами, оказываемыми нашей компанией, многие являются уникальными «акциями», созданными и реализованными индивидуально под конкретного клиента.

В числе постоянных сервисов мы предлагаем размещение рекламы в поисковике на портале point.md, который является региональным партнером Яндекса в Молдове, и «покупку слов» на портале forum.md. Рекламодатель может купить любое слово из румынского, русского или английского языка, и при каждом употреблении в беседах на форуме это слово будет выделяться голубым и становиться ссылкой на сайт или электронный адрес рекламодателя — «владельца слова».

Виртуальный город YES.MD, созданный нашей компанией, сегодня может предложить совершенно уникальные рекламные продукты: рекламодатель может разместить в нашем городе свой офис в формате 3D, при нажатии на который пользователь попадет на сайт или его «владельца», сервис YeSMS позволяет рекламодателю проводить SMS-рассылку среди более чем 24-тысячного населения города.

Очень перспективным направлением нашей работы мы считаем многочисленные «оффлайновые» PR-акции на проектах forum.md и yes.md. Периодически мы собираем всех посетителей наших сайтов в различных клубах, общественных местах. Реклама на оффлайнах не отторгается аудиторией, а предрасполагает хорошо и с пользой провести праздничный вечер. В ход идут веселые шутки ведущего, тематические конкурсы, приятные сюрпризы,

Zingan.com

Вчера

- Компания основана в 2000 году.
- Приобрела опыт в веб-дизайне, программировании, создании информационных проектов.
- С 2003 года основное направление – развитие информационного портала All Moldova

Сегодня

- Компания владеет и управляет порталом www.allmoldova.com.
- «Дочерний» проект – www.allfun.md.
- В штате компании – 15 человек.

Завтра

- Специализация на информационных проектах в интернете и на специализированных проектах, ориентированных на отдельные отрасли экономики.



розыгрыши, лотереи и специальные гости вечеринки. Это далеко не полный список методов, позволяющих сделать рекламодателя неотъемлемой частью интернет-сообщества».

Павел Зинган:

«Если рассматривать бизнес-модель баннерной рекламы, то у нее, конечно, потолок есть. Ведь, как правило, хорошо и эффективно продается только первая страница, а на первой странице разместить больше 4-5 баннеров просто невозможно. Значит, даже если удастся продать баннер за 300 долларов, то прибыль составит 1500 долларов с одного сайта. Сделал 10 сайтов, сумел продать на них рекламу – это 15000 долларов. Конечно, не стоит сбрасывать со счетов фактор неуклонного роста посещаемости сайтов. Если она с 5-6 тысяч посетителей в день поднимется до 20-30 и более тысяч, то и стоимость рекламного баннера изменится.

Но существуют и другие бизнес-модели. Скажем, бизнес-модель allmoldova.md – PR-площадка для молдавского бизнеса и инструмент для PR каждого участника проекта. То есть фактически allmoldova – это PR-проект: мы пишем о нашем клиенте статьи, размещаем его новости и информацию на нашем сайте. И именно это основной доход allmoldova. Я считаю такую бизнес-модель одной из самых перспективных для молдавского интернет-рынка. Потому что в мире мож-

но зарабатывать деньги на баннерной рекламе. Например, баннер на Яндексе стоит 250 тысяч долларов. Но только не в Молдове. Конечно, 1500 долларов – это заработок, но больше этой суммы на баннерной рекламе с одного молдавского сайта заработать пока нереально. Поэтому, на мой взгляд, продажа баннерной рекламы в молдавском интернете в ближайшие годы может быть только сопутствующим бизнесом».

На сегодняшний день интернет-рынок является одним из самых перспективных и быстрорастущих в Молдове. Пика популярности интернета следует ожидать через пять лет, когда в Молдове вырастет и начнет активно «покупать», «продавать» и «потреблять» поколение, воспитанное интернет-играми, чатами и айсикью. К тому моменту продажи рекламы в молдавском интернете должны достигнуть самых верхних показателей. Дальновидные рекламодатели, предчувствуя это, делают ставку на интернет уже сегодня. Интернет-бизнесмены строят планы на будущее и уже сегодня готовятся встретить завтрашний «бум».

Павел Зинган:

«На этом рынке сейчас нет активной конкуренции. Кроме allmoldova и проектов Дмитрия Волошина, я бы выделил, пожалуй, только faces.md с их самой высокой в Молдове посещаемостью. Сегодня, по грубым подсчетам, оборот от продажи рекламных площадей в

интернете может составлять 20-30 тысяч долларов в год на всех. Через пять лет эта цифра может увеличиться до нескольких сотен тысяч долларов».

Дмитрий Волошин:

«Со временем качество сайтов за счет все увеличивающейся конкуренции будет только возрастать. Выживут сильнейшие – это главный закон конкуренции. Молдавский рынок небольшой, поэтому в будущем не исключены попытки монополизации рынка, сосредоточения его в одних руках. Мы планируем, что к этому времени Simpals будет принадлежать 70-80 процентов рынка. Возможно, что однажды на рынок придет компания, которая предложит огромные деньги и захочет купить самые успешные проекты. Мы к этому готовы – только в этом году нам поступило два предложения о покупке нашего бизнеса. И мы понимаем, что таких предложений будет все больше и больше. Не хочу зарекаться, но сегодня я могу со всей ответственностью заявить, что от своего бизнеса мы не откажемся. Я думаю, что через пять лет у самых успешных интернет-проектов в Молдове оборот средств от продажи рекламы и рекламных сервисов и продуктов может измеряться десятками тысяч долларов в месяц.

Так что пусть новички дерзают, пробуют, ищут свой путь в этом бизнесе – это чертовски интересно и финансово очень перспективно». ■