

## НАТИВНАЯ РЕКЛАМА В ЕМЕЙЛ-РАССЫЛКАХ. ОПЫТ ANYWAYANYDAY



Сергей Великанов

Менеджер проектов в Anywayanyday

ЧАСТЬ 1

# Нативная реклама: несколько слов о формате

# Нативная реклама

- Вписывается в формат площадки
- Воспринимается как редакторский контент
- Не навязчива, не агрессивна
- Интересна и полезна для читателя

## GUINNESS GUIDE TO CHEESE

**EDAM** is auditioned before it is sold—the Dutch cheese-mongers tap each cheese and judge its quality by the echo. Admiral de Ruyter used Fokam cheeses as cannon-balls. Their delicate flavor calls for Half and Half—half beer, half Guinness.

**PROVOLETTI** is one of Italy's greatest cheeses. It is smoked, and its flavor is sharpened by aging. Its resemblance to a corsetted haggis is merely superficial. Half a pound of Provoletti contains the protein equivalent of ten eggs, or a good sized steak.

**STILTON** is perhaps the greatest of the great English cheeses. They eat it with Guinness "that noble liquor—the comeliest of black malts." Guinness Stout is now brewed here, with yeast which is descended from the yeast used in Dublin in 1739.

**CHEDDAR** is the most popular cheese in America, and it was of Cheddar—"toasted mostly"—that Ben Gunn used to dream while he was marooned on Treasure Island. Robert Louis Stevenson was an inveterate lover of Guinness Stout.

**ROMANO** comes from Southern Italy. Have you noticed that all *black* victuals are delicious—pickled walnuts, truffles, caviar, Romano, Guinness? Hold a glass of Guinness up to the light and you will see a *ruby gleam!*

# Нативная реклама

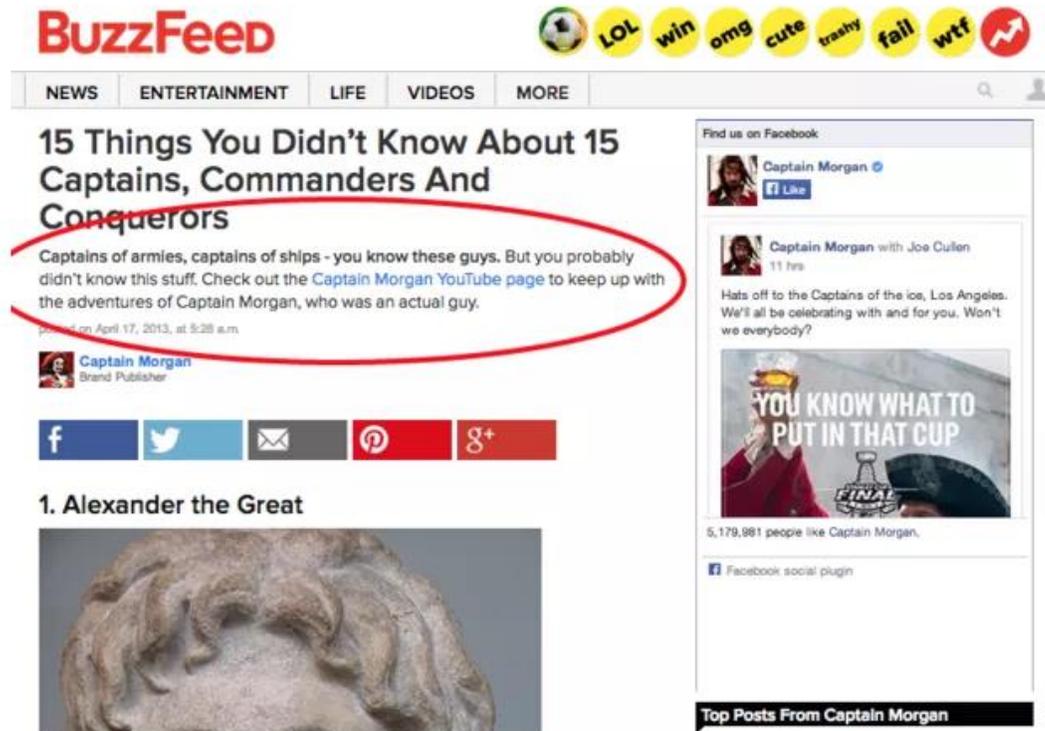
**Нативный контент не блокируется Adblock**

**Он не расположен в «слепой» зоне (где зачастую находятся баннеры)**

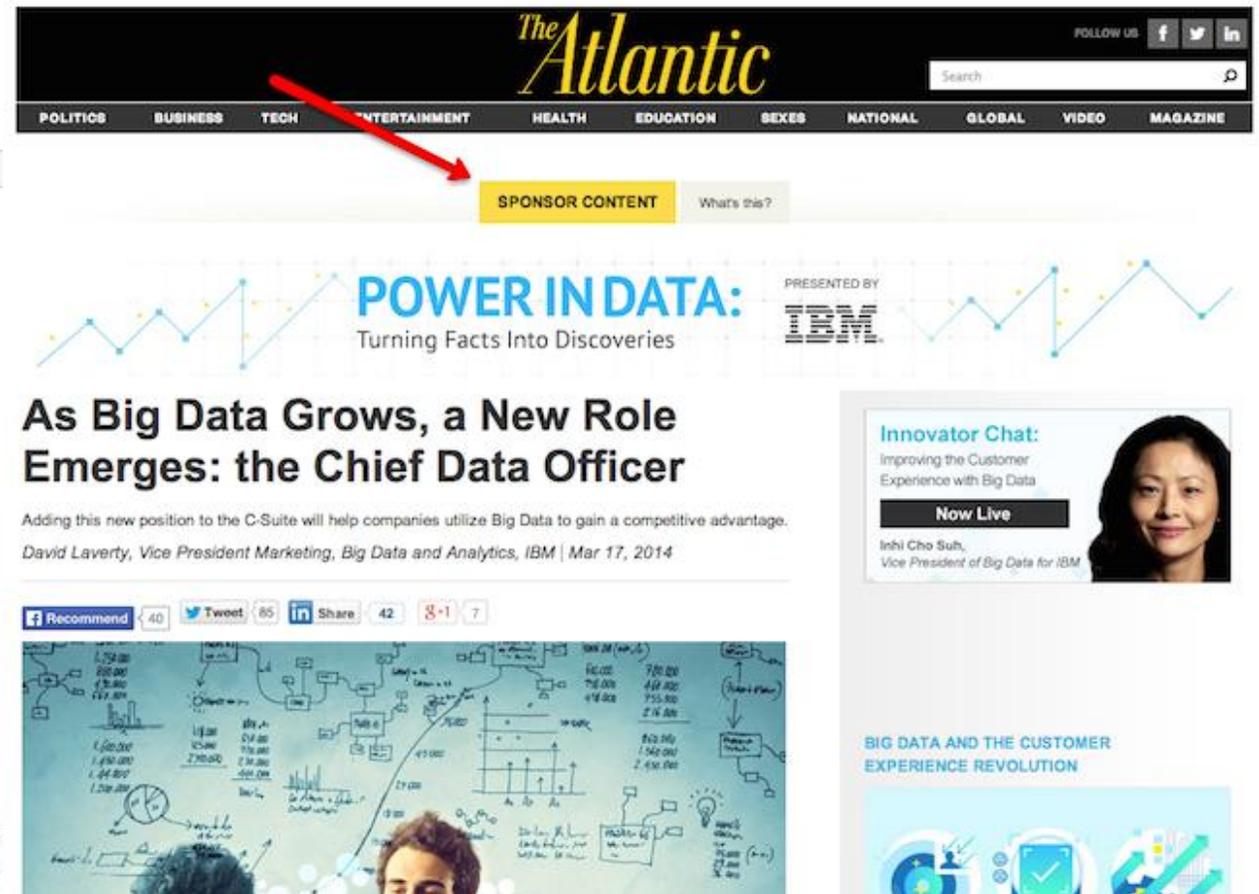
Нативная реклама — это такой product-placement в контенте.

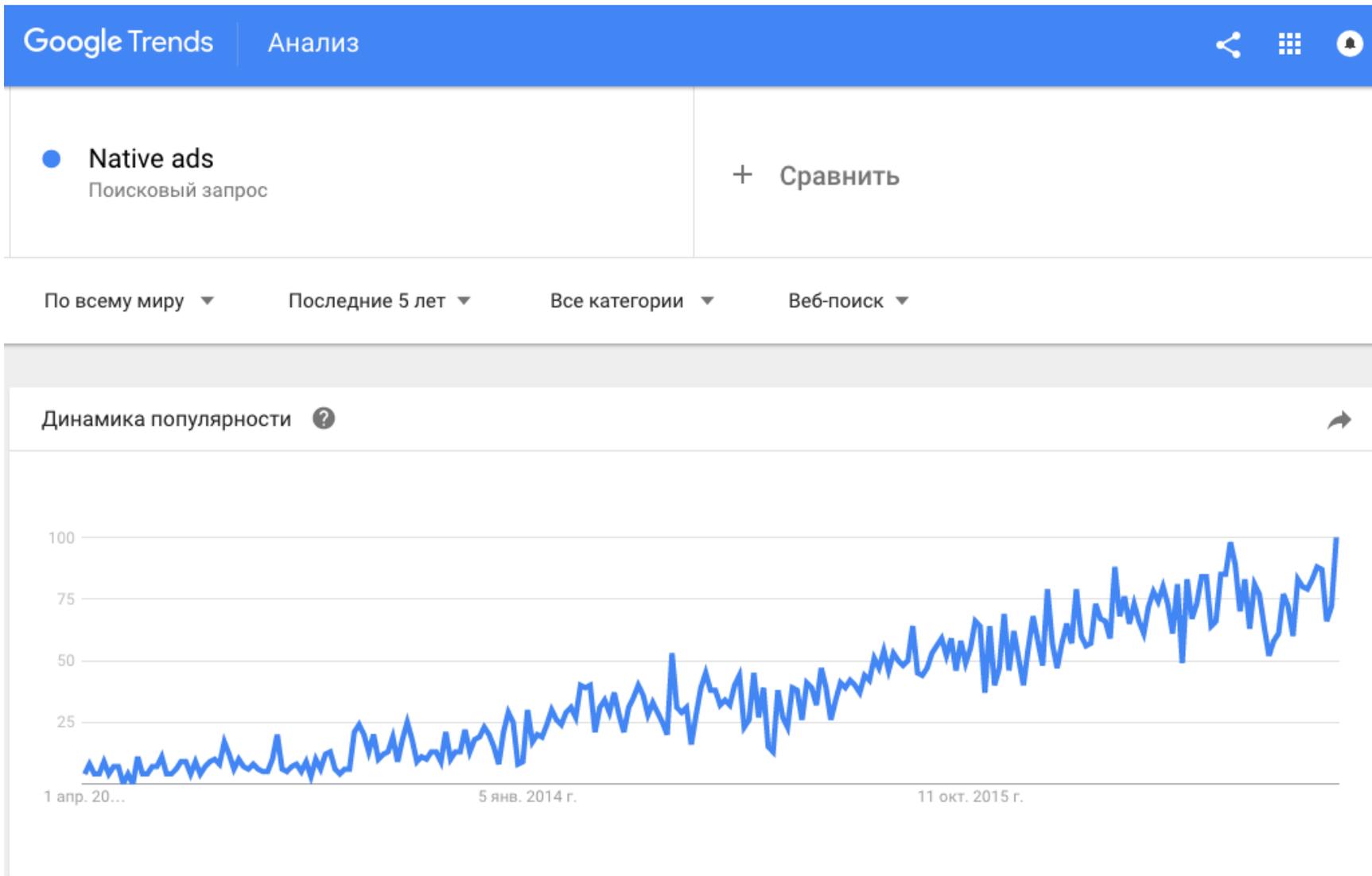


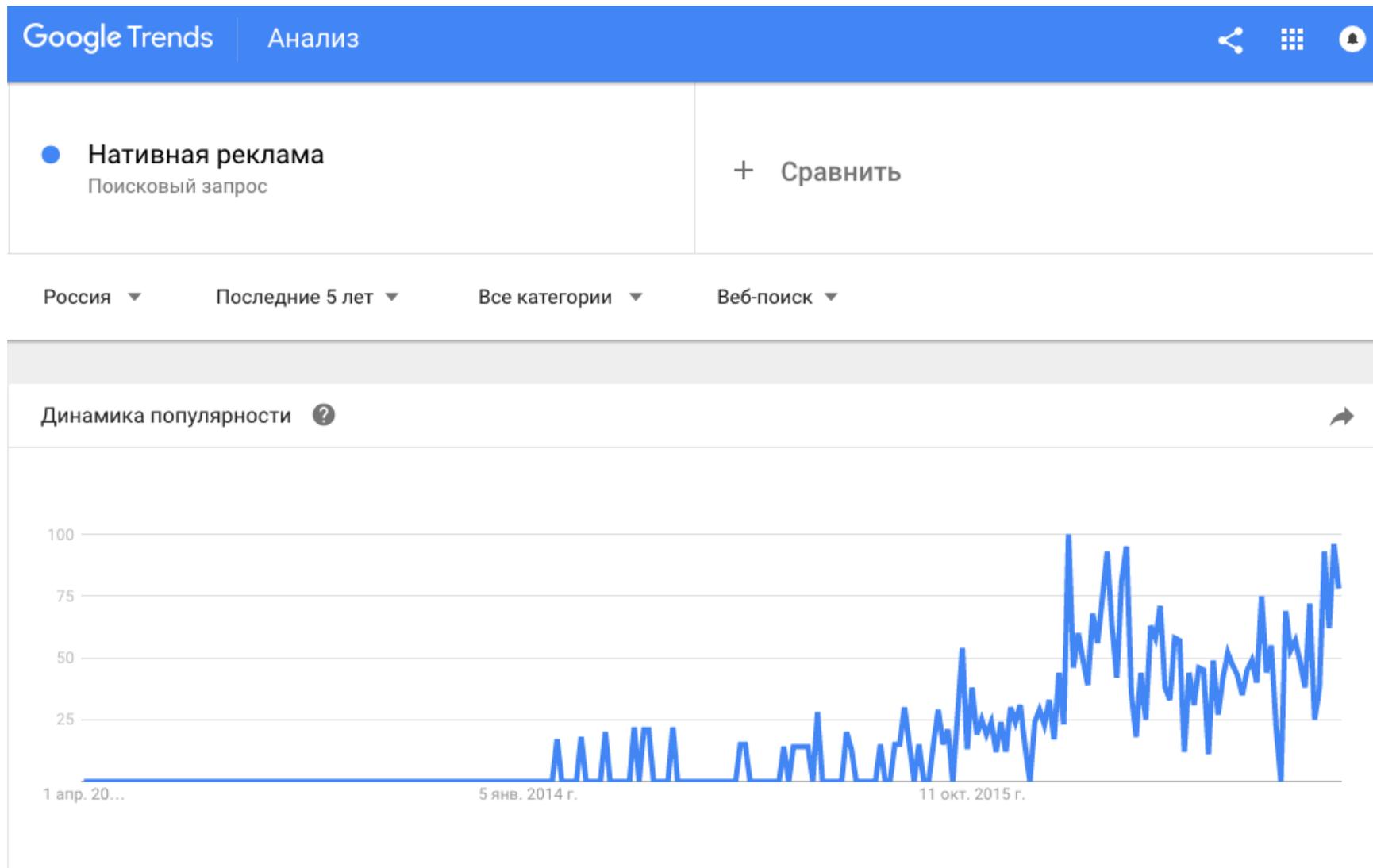
**В последние несколько лет растет интерес к такому формату рекламы. В России и в мире.**

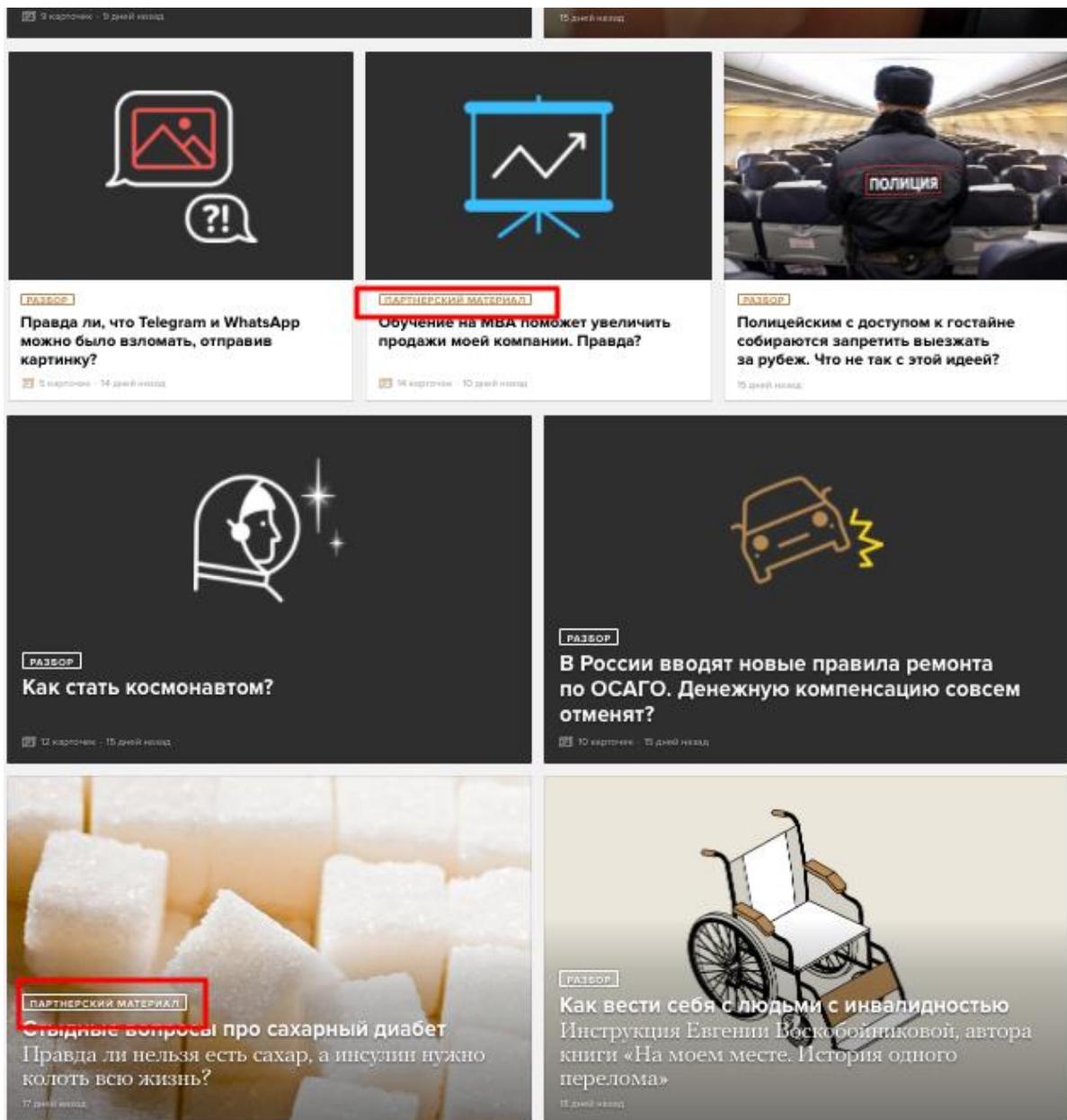


Above: In this BuzzFeed "listicle" sponsored by Captain Morgan, the content is somewhat self-promotional, offers little information of interest or value to BuzzFeed readers, and encourages users to take action by visiting the Captain Morgan YouTube channel very early on in the introduction.









**Основные коммуникационные каналы давно присоединились к этому тренду.**

The image displays two social media feeds. The left feed is from Facebook, and the right is from Twitter. Several posts are highlighted with red boxes to illustrate native advertising.

**Facebook Feed:**

- William Andrew Raposo**: Post about "Bespin City Nights returns tonight to The Wythe!".
- Midnight Magic**: Post about a jam session at The Ides.
- The Blacklist**: A "Suggested Post" (circled in red) for the TV show. It includes a video thumbnail and the text "WATCH James Spader in fall's hottest new drama. #TheBlacklist premieres tonight at 10/9c." The word "Sponsored" is circled in red at the bottom of the post.
- Sean Kilpatrick**: Post mentioning being tagged in a photo.

**Twitter Feed:**

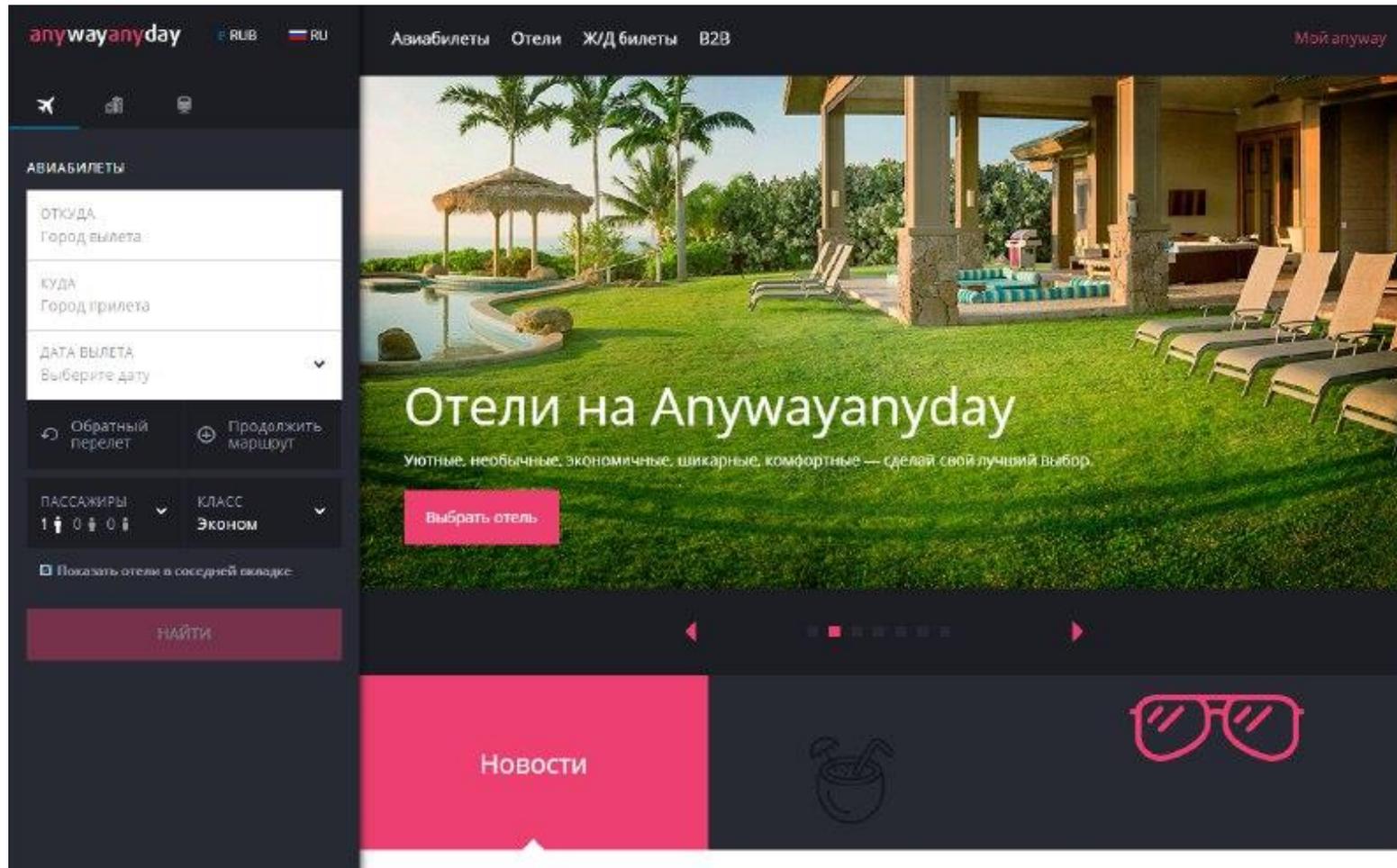
- Stephen Forster**: Tweet about "32 Website Optimization Terms Every Marketer Should Know".
- HootSuite**: A tweet (circled in red) about creating a social media strategy, with a "Promoted by HootSuite" label circled in red.
- Theworldface**: Tweet about "Diez razones para tomar cerveza".
- Marketingfacts**: Tweet about "Vandaag op MI: Netflix verslaat Pirate Bay".
- Internet Marketing**: Tweet about "Why Apple Fans Love to Wait in Lines".

ЧАСТЬ 2

# Рассылки Anywayanyday. Что делаем мы

Anywayanyday —  
онлайн-сервис для  
организации  
путешествий

Мы продаем авиабилеты и  
бронируем отели по всему  
миру, а с декабря прошлого  
года на нашем сайте можно  
купить еще и  
железнодорожные билеты.



# Наша аудитория

- **Лояльная: 68% текущих клиентов пользуется сервисом больше 1 года**
- **Говорит преимущественно на русском языке**
- **Достаточно молода: средний возраст 25-34 года**
- **Достаток: выше среднего**

Рассылка Anywayanyday



**В 2014 году мы запустили первую рассылку.**

**anywayanyday.com**    ✈️ Авиабилеты    🏠 Отели

**Прямоугольная птица Владислав  
любит путешествовать.  
Особенно если есть дешёвые билеты.**

**В Санкт-Петербург за 4 479 рублей**

**Полетели!**

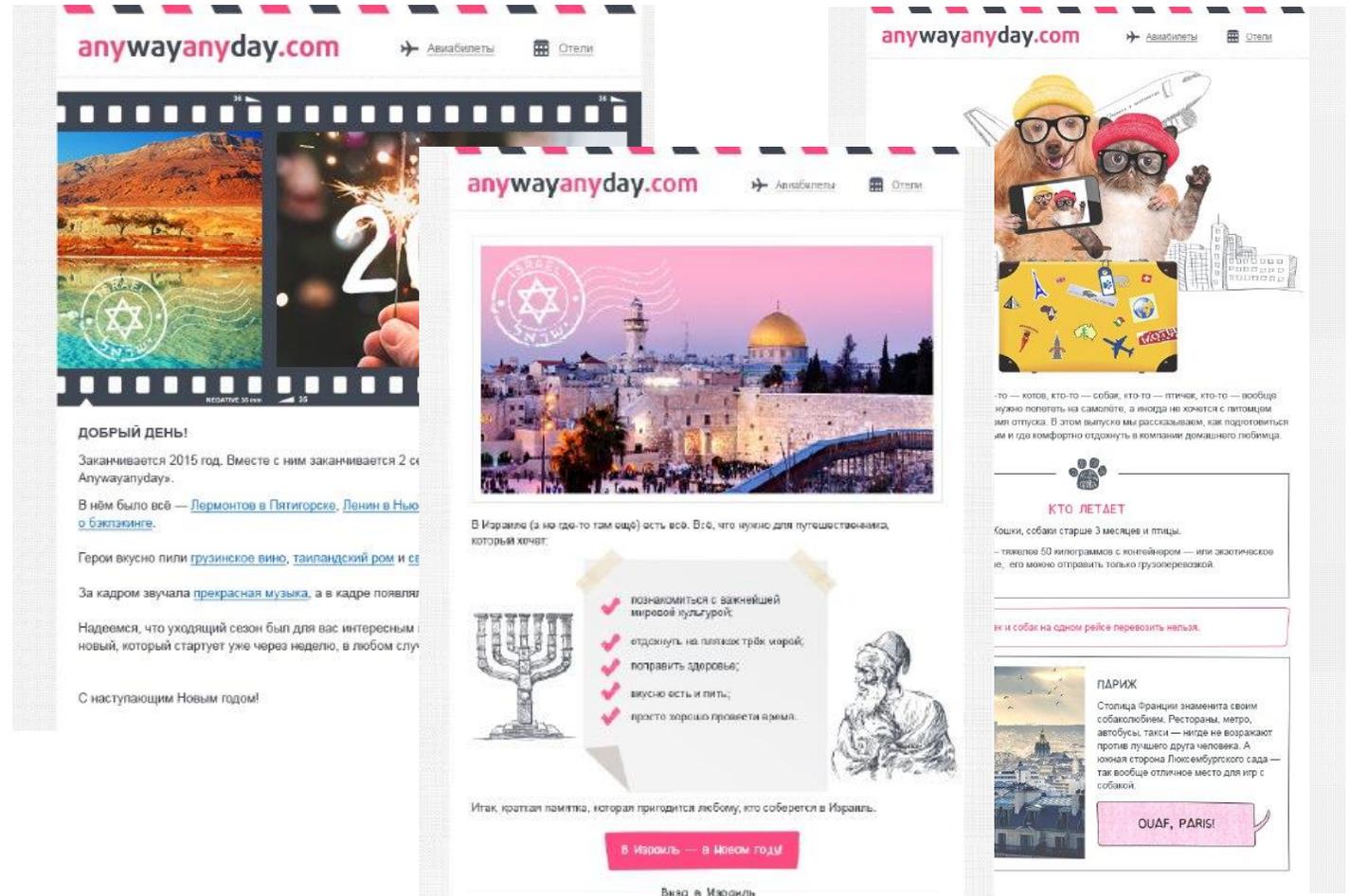
**В Барселону за 10 917 рублей**

**Vamos!**

**В Милан за 10 065 рублей**

**Моцарелла!**

Пробуя разные форматы: дайджесты, плитки, большие контентные письма, мы пришли к двум актуальным, на наш взгляд, типам регулярных писем.



# Продающие письма

**Формат plain-text для продающих рассылок позволяет нам составлять и верстать письма быстро и просто.**



anywayanyday.com → Москва Старт



Добрый день!

Вперед! три дня вылета — как раз хватит времени, чтобы решить, куда отправиться в ноябре или декабре. Тем более что уже по-зимнему морозная погода шепчет: давай, покупай билеты туда, где хоть немного теплее! Например, в Милан в конце ноября будет +10, +12 градусов — самая комфортная погода для неспешных прогулок по улицам города.

Мы собрали для вас десять самых выгодных предложений этой недели. Цена приведена за перелет из Москвы в обе стороны.

- Милан — от 7465 рублей.
- Кишинев — от 7397 рублей.
- Вильнюс — от 8086 рублей.
- Берлин — от 8575 рублей.
- Рига — от 8949 рублей.
- Ереван — от 9341 рублей.
- Минск — от 10 917 рублей.
- Стокгольм — от 11 544 рублей.
- Варшава — от 11 735 рублей.

Хочу путешествовать!

# Контентные письма

**Наши контентные письма:  
полезная, интересная и  
вдохновляющая информация  
для путешественников.**

**Подготовка таких писем требует  
больше времени и сил.**

anywayanyday.com



Авиабилеты



Отели



ЖД билеты



Болтун — находка для шпиона, а рассеянный турист — для карманника. Иностранцы и гости города часто привлекают внимание воришек и мошенников своим внешним видом. Но бояться нечего, если соблюдать осторожность.



## Что случилось

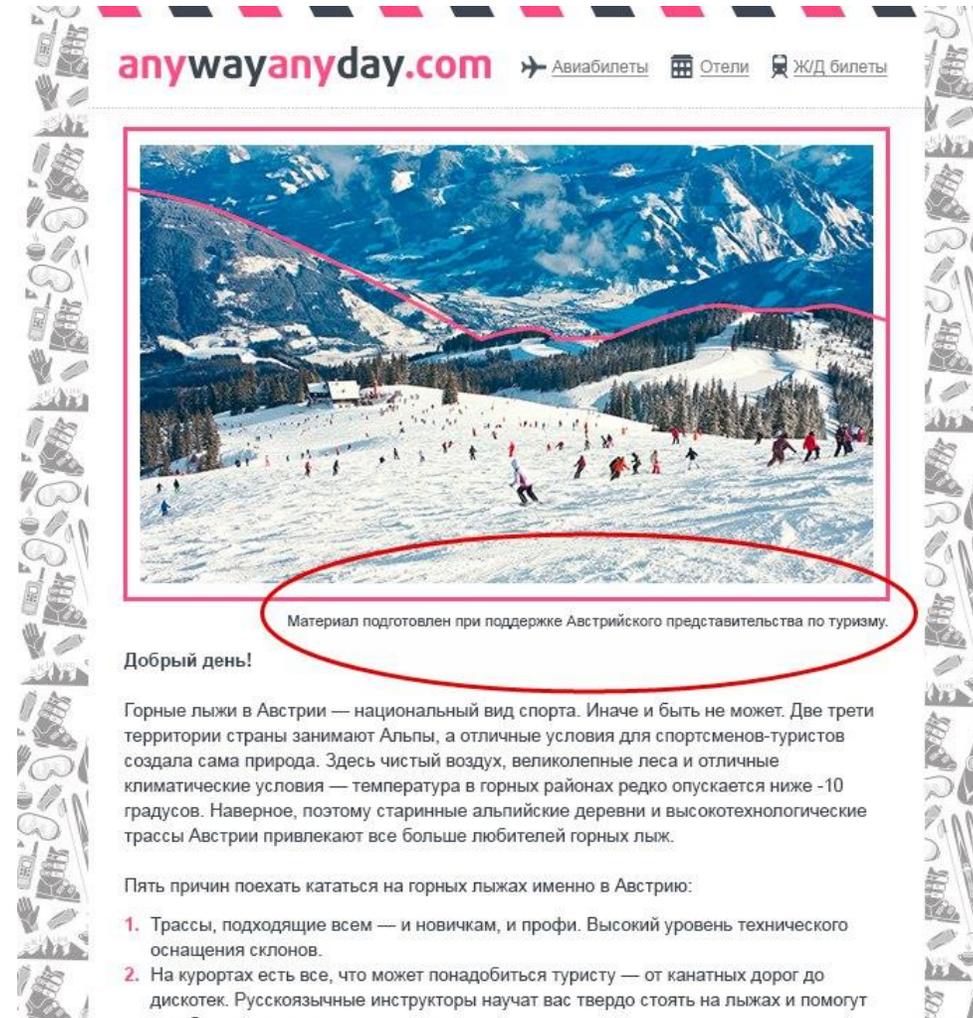
Юля и Лена гуляли по Амстердаму. У Лены на плече висела небольшая сумка. Внезапно мимо пронесся парень на байке и, резко сорвав с плеча сумку, скрылся. Случилось страшное, ведь там лежали все деньги и документы девушек.



## Что делать

Будьте внимательны! Не храните все деньги в одном месте. Лучше разложите их по всем карманам или оставьте часть в чемодане. Сделайте копии паспортов, а оригиналы сложите в гостиничном сейфе. Если паспорт всё же украли, отправляйтесь в полицию за справкой о краже. Затем идите в консульство или посольство, где вы получите свидетельство для возвращения на родину. Позвонить туда лучше заранее, потому что может потребоваться предварительная запись.

**Для некоторых партнеров мы предлагаем email-рассылки как канал коммуникации с потенциальным клиентом. И делаем рассылки в нативном формате.**



ЧАСТЬ 3

# Нативная реклама в рассылках: Кейсы Anywayanyday

# Кейс British Airways

Задача: повысить brand awareness British Airways.

# Кейс British Airways

## Решение:

- С помощью рассылки рассказать об авиакомпании, ее значении в истории мировой авиации.
- Провести конкурс в социальных сетях и рассказать о нем через email-рассылку.

**Чтобы визуально отделить партнерскую рассылку от нашего обычного письма, в шапку мы помещаем логотип партнера.**

**Обращаем внимание читателя на то, что письмо поделено между двумя брендами.**



**Текст письма — интересные факты об авиапутешествиях сквозь историю авиакомпании British Airways.**

**В конце — упоминание конкурса, проходившего у нас в социальных сетях.**

**На борту первого в мире регулярного международного рейса находился только один пассажир.**

А также пилот, британские газеты, девонширские сливки, варенье и рлбчики. Этот рейс 25 августа 1919 года выполнялся авиакомпанией Aircraft Transport and Travel Limited (AT&T), предшественником British Airways, и доставил пассажира из Лондона в Париж. После удачного завершения полета авиакомпания стала выполнять рейсы, соединяющие британскую и французскую столицу, ежедневно.

В Париж!



**Многие авиакомпании использовали пассажирские вертолеты в дополнение к самолетам.**

Например, у «Аэрофлота» популярностью пользовался рейс, который доставлял пассажиров из Симферополя прямо к причалу в Ялте, а также вертолетный «Аэроэкспресс», курсировавший с Ходынского поля до Шереметьево. British Airways использовали вертолеты на более дальние расстояния: они летали между городами Англии. Стандартный пассажирский вертолет вмещал сорок человек и походил, скорее, на самолет с двумя пропеллерами, чем на вертолет, каким мы представляем его сейчас.

В Ливерпуль!



**В середине прошлого века второй пилот должен был выполнять роль стюарда и разносить еду.**

А первыми в истории бортпроводниками вообще были сыновья владельцев авиакомпаний!

# Кейс British Airways

- **Общий OR письма — 37%**
- **Кнопка [Участновать] в самой нижней части письма дала самый большой процент кликов (30%). Это дало нам понять, что письмо читали до конца.**
- **Рост по полетной сетке British Airways в период до Нового года составил 10%.**

# Кейс Yolla

Задача: познакомить аудиторию Anywayanyday с брендом Yolla.

# Кейс Yolla

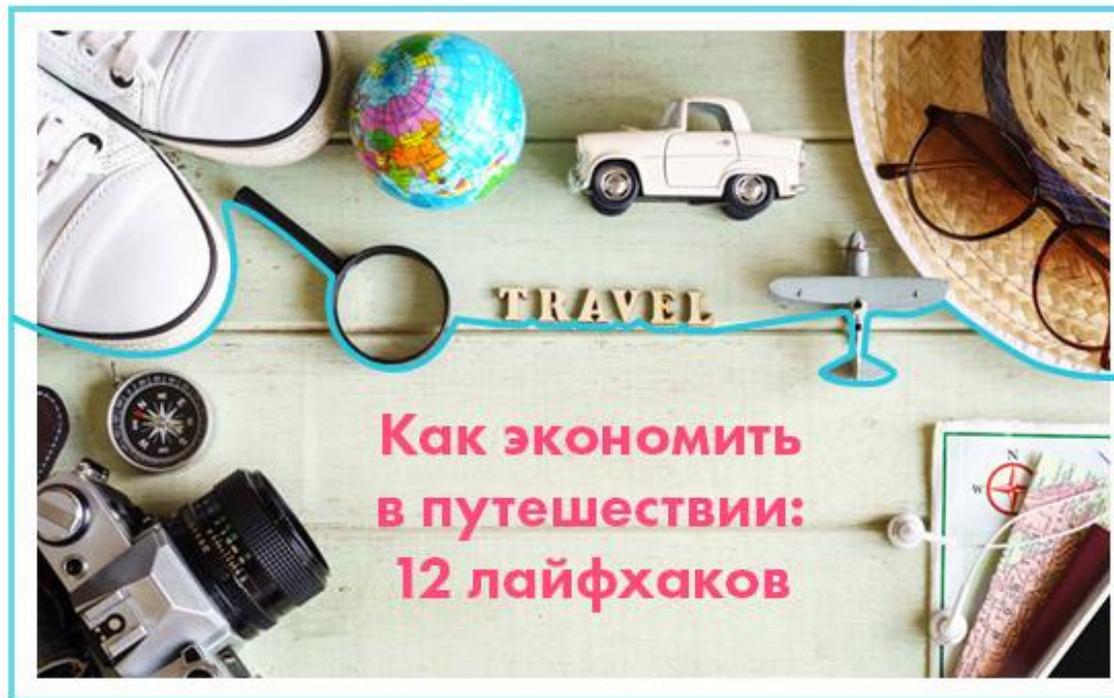
## Решение:

- Было подготовлено письмо в формате «Лайфхаки для путешественника», где приложение Yolla упоминалось как один из способов сэкономить.
- Через неделю мы продублировали информацию о приложении. Но в баннере.

- Общий OR письма — 33%
- Конверсия приложения на iOS — 30%.
- Android — 17%.

anywayanyday.com

yolla



Обычно мы пишем о выгодных перелётах — то есть о том, как дёшево добраться до места. В этой рассылке рассказываем о том, как тратить мало денег уже на месте.

# Кейс Rubitek

Задача: познакомить аудиторию Anywayanyday с брендом партнера Rubitek.

- Общий OR письма — 32%
- Конверсия менее 1%

anywayanyday.com  Авиабилеты  Отели  Ж/Д билеты



Добрый день!

Еще немного — и Новый год. В этот праздник случается все самое интересное и часто — неожиданное. Мы решили немного пофантазировать и представить, что было бы, если бы события известных фильмов происходили в наше время.

## **Что мы сделали не так?**

- Время отправки письма: 29 декабря, когда народ ждет Новый год и праздники.**
- Аудитория, привыкшая получать контент, связанный с путешествиями получает обзор новогодних фильмов.**
- Реклама была интегрирована слишком «топорно»: мы получили негативные отклики и отписки. Обман.**

**Такой продукт можно рекламировать нативно, но, возможно, другими способами.**

ЧАСТЬ 4

# Нативная реклама в рассылках: Опыт Anywayanyday

# Планы

- Продолжать работу с нативным контентом, учиться на своих ошибках.
- Менять и дальше формат рассылок: тренды быстро устаревают.
- Сделать Anywayanyday полноценным тревел-медиа ресурсом.

# Выводы

- **Нативный формат рекламы в email-рассылках может быть реализован.**
- **Для каждой рекламной площадки — свой клиент, если вы не медиа. Отсюда следует, что не все заказчики смогут разместить рекламу в ваших письмах, так как это может обернуться негативом: как к заказчику, так и к рекламной площадке.**

# Советы

- **Делайте письма максимально полезными. Готовьте для аудитории только качественный контент.**
- **Будьте честны с читателем: дайте понять, что контент рекламный.**
- **Выбирая нативный формат, предлагайте читателю больше чем просто информацию о рекламируемом бренде: скидку, промокод и прочий эксклюзив.**
- **Экспериментируйте!**

# И напоследок

**По вопросам размещения любой рекламы на сайте  
Anywayanyday**

**Ковалева Дарья**

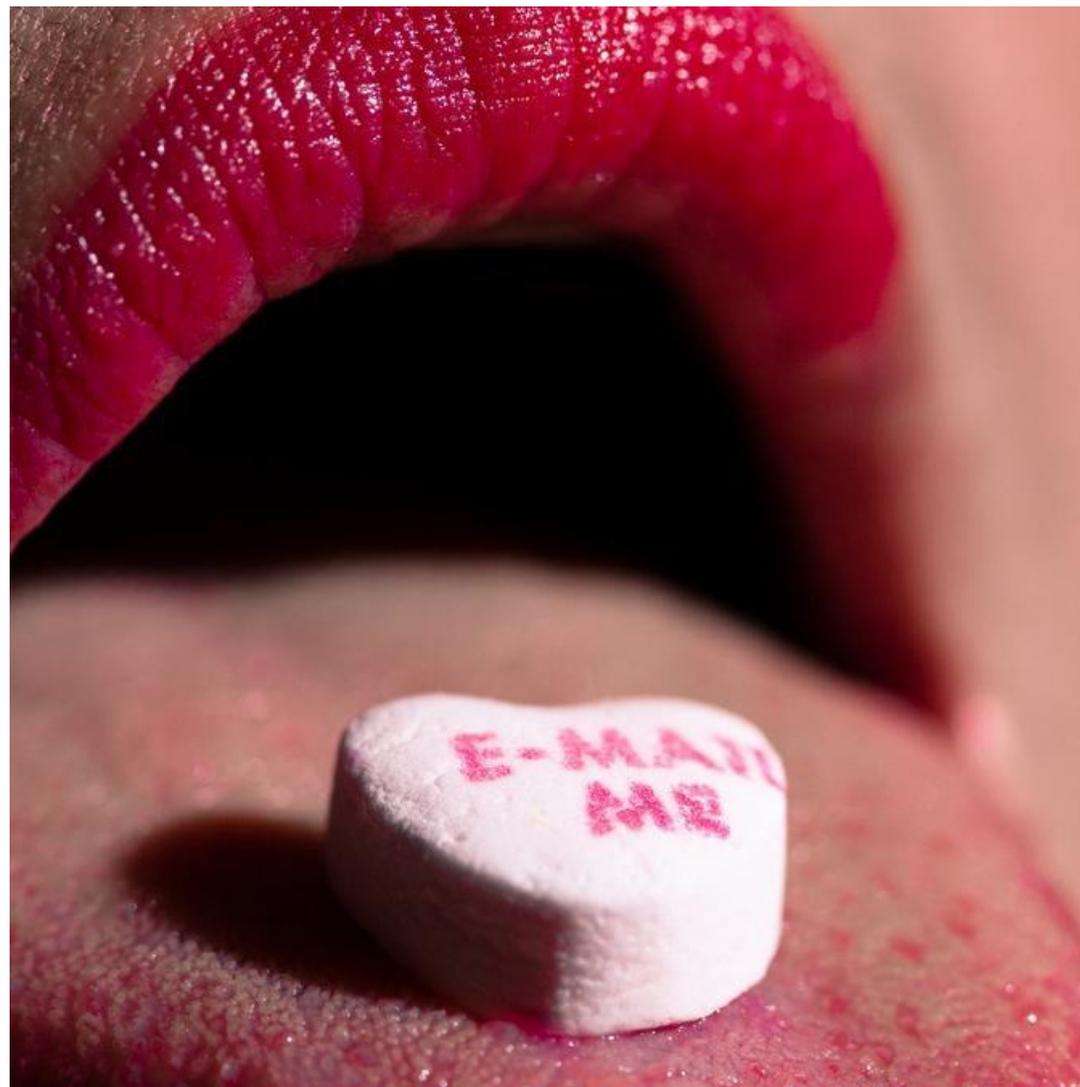
**Руководитель отдела рекламы**

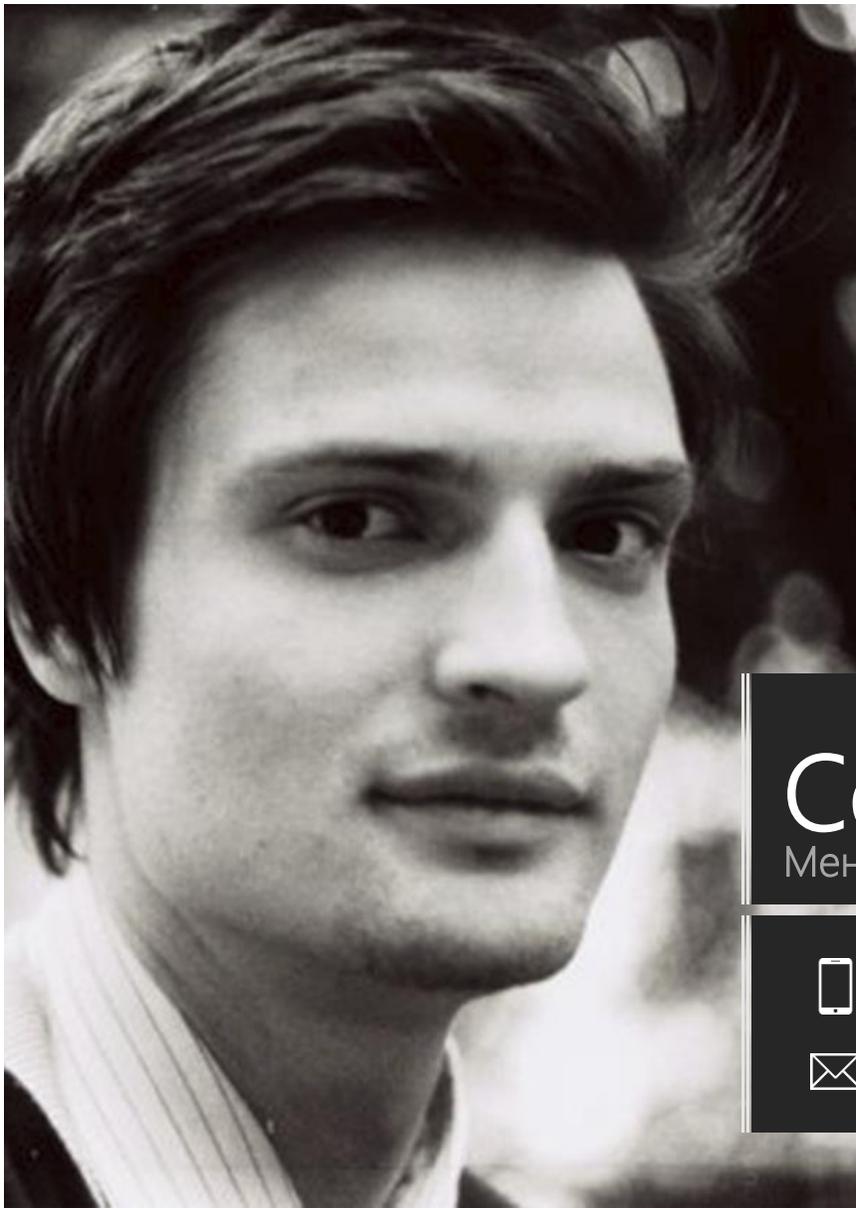
**[darya.kovaleva@anywayanyday.com](mailto:darya.kovaleva@anywayanyday.com)**

**[ad@anywayanyday.com](mailto:ad@anywayanyday.com)**

**+7 985 041 21 54**

Спасибо за  
внимание





# Сергей Великанов

Менеджер проектов в Anywayanyday



+7 926 151 18 04



[velikanov@anywayanyday.com](mailto:velikanov@anywayanyday.com)