

Яндекс

После того, как Яндекс презентовал новый инновационный визуальный поиск (кстати, один из первых в мире), он не стал долго ждать и представил практически сразу после этого новый демографический социальный способ таргетинга, благодаря которому, как заявляют многие эксперты, конверсия станет практически совершенной.

Новый вид таргетинга называется Look-alike и представляет собой весьма интересное техническое решение.

Теперь рекламодатели могут вычленять, если так можно выразиться, для показа медийной и не только рекламы исключительно тех клиентов, которые по поведению в глобальной сети к уже существующим клиентам. Для более простого понимания нового вида таргетинга нужно разобраться более подробно.

Представим, что существует некая торговая компания X, у которой есть развитый интернет-ресурс. Компания видит как ведут себя клиенты, заинтересованные в ее продукции, пусть это будет даже, скажем электронный [конференц зал Оренбург](#), Москва, Магадан, Петропавловск-Камчатский или Смоленск, - география никакого значения не имеет. Так вот, этот клиент скачивает определенный прайс-лист, просматривает ту или иную информацию о товаре. А новая система таргетинга вычисляет клиентов, которые делали те же самые действия, с той же самой группой товаров, но на ресурсе клиента. После того, как схожий клиент определен, ему можно показывать рекламу, которая ведет на сайт торговой компании, которая и использует новый таргетинг.

Таким образом, поиск целевой аудитории больше не станет проблемой, а это очень важно. Можно сказать, что в seo-индустрии, благодаря этой разработке, произошла настоящая революция. И произвела ее российская компания!