

Собственная система для таргетинга рекламы

Достоинства:

- ✓ Рекламные объявления хранятся на собственном сервере, нет необходимости использовать внешний API.
- ✓ Точность таргетинга наибольшая, так как система будет оптимизирована для конкретных критериев таргетинга.
- ✓ Выгода может быть больше, чем работа с рекламодателями через посредников.

Недостатки:

- Необходимо разрабатывать собственную систему для таргетинга.
- Необходимо обслуживать собственную систему для таргетинга (работать с рекламодателями, классифицировать рекламу по категориям и т.д.)

Yandex Direct

<https://yandex.ru/adv/partners/>

Достоинства:

- ✓ Нет необходимости разрабатывать собственную систему для таргетинга.
- ✓ Нет необходимости обслуживать собственную систему для таргетинга (работать с рекламодателями, классифицировать рекламу по категориям и т.д.)
- ✓ Возможность работать как напрямую с Yandex, так и через любой из ЦОП (центров обслуживания клиентов).

Недостатки:

- Система направлена на размещение рекламы на веб-сайтах.
- Заработок зависит от количества и стоимости кликов по рекламе.
- Для получения таргетированной рекламы необходимо подключение к интернету и взаимодействие с внешним API компании Yandex.
- Выгода может быть меньше, чем работа с рекламодателями напрямую, из-за посредника.
- Имеют множество неконтролируемых специфических особенностей, которые могут быть неприемлемы для конкретной задачи (<https://www.seonews.ru/analytics/podvodnye-kamni-v-kontekstnoy-reklame/>)

Google AdWords

<https://support.google.com/partners/?hl=ru#topic=3111012>

Достоинства:

- ✓ Нет необходимости разрабатывать собственную систему для таргетинга.
- ✓ Нет необходимости обслуживать собственную систему для таргетинга (работать с рекламодателями, классифицировать рекламу по категориям и т.д.)
- ✓ Для партнерства с Google необходимо пройти сертификации и экзамен

Недостатки:

- Система направлена на размещение рекламы на веб-сайтах.
- Заработок зависит от количества и стоимости кликов по рекламе.
- Для получения таргетированной рекламы необходимо подключение к интернету и взаимодействие с внешним API компании Google.

- Выгода может быть меньше, чем работа с рекламодателями напрямую, из-за посредника.
- Имеют множество неконтролируемых специфических особенностей, которые могут быть неприемлемы для конкретной задачи (<https://www.seonews.ru/analytics/podvodnye-kamni-v-kontekstnoy-reklame/>)

Sape

<https://rt.sape.ru/#info>

Достоинства:

- ✓ Нет необходимости разрабатывать собственную систему для таргетинга.
- ✓ Нет необходимости обслуживать собственную систему для таргетинга (работать с рекламодателями, классифицировать рекламу по категориям и т.д.)
- ✓ Заработок рассчитывается не на количестве кликов, а на количестве размещений.

Недостатки:

- Для получения таргетированной рекламы необходимо подключение к интернету и взаимодействие с внешним API компании Sape.
- Выгода может быть меньше, чем работа с рекламодателями напрямую, из-за посредника.