**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.