



Эксперты Google опубликовали свой прогноз развития рынка **интернет РЕКЛАМЫ**, и в частности **дисплейной рекламы**, на ближайшие пять лет, обещая, что за это время реклама станет «умной и сексуальной». Эксперты предсказывают стремительный рост популярности **видеорекламы**, появление новых инструментов измерения эффективности **рекламных кампаний** и достижение объема рынка до \$50 млрд. в год.

Компания Google в официальном сообщении опубликовала отчет со своими прогнозами о том, каким станет рынок дисплейной **онлайн-рекламы** в 2015 г. - рекламы, принципиально отличающейся от **контекстной РЕКЛАМЫ**.

Отчет под названием «Дисплей-2015: умный и сексуальный» был предоставлен сотрудниками Google на конференции MIXX Conference в Нью-Йорке.

«Сейчас **баннерная РЕКЛАМА** является одной из основных сфер, которым Google уделяет внимание. 99% из тысячи наших крупнейших клиентов сейчас проводят свои кампании на сервисе Google Display Network. В прошлом году они увеличили свои расходы на **онлайн-рекламу** более чем на 75%. Сегодня мы хотим пояснить, почему, на наш взгляд, **баннерная РЕКЛАМА** в скором времени пройдет через крупнейшую и самую важную революцию в ее истории», - говорится в отчете Google.

Эксперты интернет-гиганта сделали семь прогнозов о том, каким станет рынок *дисплейной* **рекламы** через пять лет.

Они прогнозируют, что в 2015 г. половина всех **рекламных кампаний** на этом рынке будет включать в себя **видео рекламу**, размещаемую по модели cost-per-view, то есть с оплатой за каждый просмотр ролика. Пользователи будут иметь возможность выбирать, смотреть ли им **рекламное** видео, а рекламодатели будут платить площадкам только в случае реального просмотра.

«Сегодня рекламодатели начинают показывать *рекламу*, которая привязана к какой-либо конкретной аудитории. Многие применяют технологию торгов в реальном времени, чтобы выкупать *рекламные* места, которые являются наиболее привлекательными по их мнению. В 2015 г. 50% **баннерной РЕКЛАМЫ** будет приобретаться с помощью real-time-платформ», - предсказывают специалисты.

Аналитики также считают, что благодаря очень быстрому росту популярности смартфонов мобильные платформы будут лидировать в качестве устройств, с помощью которых пользователи будут чаще всего взаимодействовать с **баннерной РЕКЛАМОЙ**.

Согласно прогнозу Google в ближайшем будущем появятся *новые технологии* измерения эффективности

**рекламных**

*кампаний*

– как минимум пять показателей будут рассматриваться рекламодателями в качестве более важных, чем количество кликов, которые сейчас считаются одним из основных параметров определения эффективности

**баннерной РЕКЛАМЫ**

75% всех *рекламных* объявлений станут «социальными». Их можно будет комментировать, советовать кому-либо, подписываться на новые рассылки - как это сейчас происходит с новостями и прочим контентом. Фактически это еще один эффективный инструмент для [Web 3.0](#).

Кроме того, Google прогнозирует, что сильно вырастет популярность форматов мультимедийной *рекламы* – сейчас ее доля на рынке составляет всего около 6%, а к 2015 г. вырастет до 50%. Согласно оценкам объем индустрии

*дисплейной*

**рекламы**

вырастет до \$50 млрд., а инвестиции в разработку

*новых технологий*

в данной сфере помогут издателям увеличить свои доходы.