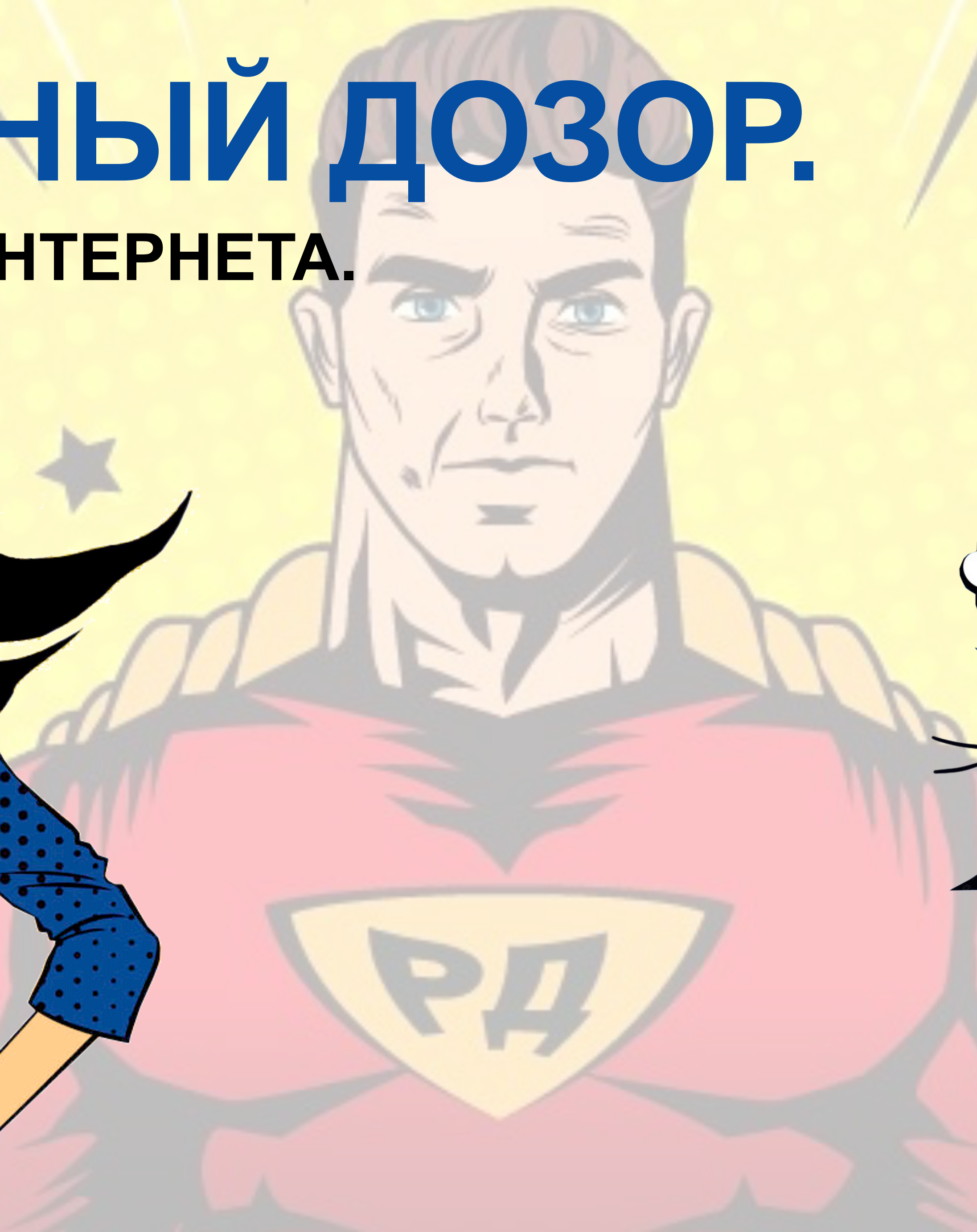


РЕКЛАМНЫЙ ДОЗОР.

СОЮЗ РАДИО И ИНТЕРНЕТА.



РАДИО vs ИНТЕРНЕТ.

ОСНОВНЫЕ КРИТЕРИИ ДЛЯ РЕКЛАМОДАТЕЛЯ.

- ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ. СХОЖЕСТЬ И РАЗНИЦА ДАННЫХ.
- КОЛИЧЕСТВО АУДИТОРИИ. ДОСТОВЕРНОСТЬ ЗАМЕРОВ.
- ВАЛЮТА РЕКЛАМЫ. КАК СРАВНИТЬ СТОИМОСТЬ?
- РЕКЛАМНЫЙ ШУМ. ГДЕ НИЖЕ?
- ВЫХОДЫ И ПОКАЗЫ. КАК СЧИТАЮТ? В ЧЕМ РАЗНИЦА?
- **ЭКСПЕРИМЕНТ «РАДИО+ИНТЕРНЕТ»**



ПОРТРЕТ И КОЛИЧЕСТВО АУДИТОРИИ. СХОЖЕСТЬ И РАЗНИЦА ДАННЫХ.



| | Media | AQH | AQH % | Reach Dly | Reach % Dly | Reach | *Reach % |
|--------|-----------------------|-------|-------|-----------|-------------|--------|----------|
| 18..35 | All Media | 27,77 | 100 | 63,58 | 100 | 242,86 | 81,59 |
| 1 | Европа Плюс | | | 22,66 | 35,65 | 129,78 | 43,60 |
| 2 | Хит FM | | | 23,67 | 37,23 | 124,18 | 41,72 |
| 3 | Kiss FM | | | 16,24 | 25,54 | 98,54 | 33,10 |
| 4 | Люкс FM | | | 13,65 | 21,48 | 93,98 | 31,57 |
| 5 | Русское Радио Украина | | | 14,28 | 22,46 | 83,45 | 28,03 |
| 6 | Авторадіо | | | 9,02 | 14,19 | 72,68 | 24,42 |
| 7 | Радио Roks | | | 11,51 | 18,10 | 71,90 | 24,15 |
| 8 | Наше радіо | | | 9,40 | 14,78 | 68,02 | 22,85 |
| 9 | Шансон | | | 7,20 | 11,33 | 60,57 | 20,35 |
| 10 | Радио Пятница | | | 7,12 | 11,20 | 48,63 | 16,34 |
| 11 | DJFM | | | 9,83 | 15,44 | 48,12 | 16,17 |
| 12 | Радио Relax | | | 4,49 | 7,06 | 39,25 | 13,18 |
| 13 | Ретро FM | | | 5,89 | 9,26 | 35,73 | 12,00 |
| 14 | Стильне Радіо / Пере | | | 1,26 | 1,98 | 24,19 | 8,13 |
| 15 | Радио Мелоді | | | 66 | 1,04 | 24,15 | 8,11 |
| 16 | Любимое | | | | | 23,53 | 7,90 |
| 17 | NRJ | | | | | 23,37 | 7,85 |
| 18 | Ера FM | | | | | 2,82 | 4,31 |

РАДИО

- МЕТОД ОПРОСА
- РЕЙТИНГ УЗНАВАЕМОСТИ
- ИНЕРТНОСТЬ ИЗМЕРЕНИЙ
- МАЛО АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ИЗМЕРЕНИЙ
- НЕ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ТЕХНИЧЕСКИЙ ЗАМЕР
- ДОСТУП К ИЗМЕРЕНИЯМ ПЛАТНЫЙ

ПОРТРЕТ И КОЛИЧЕСТВО АУДИТОРИИ. СХОЖЕСТЬ И РАЗНИЦА ДАННЫХ.



ИНТЕРНЕТ

- МЕТОД СБОРА ПРЕДПОЧТЕНИЙ
- РЕЙТИНГ ИНТЕРЕСОВ
- НАКАПЛИВАЕМАЯ ИНЕРТНОСТЬ
- МАЛО АЛЬТЕРНАТИВНЫХ ИЗМЕРЕНИЙ
- ИСПОЛЬЗУЕТСЯ АЛГОРИТМ
- ДОСТУП К ИЗМЕРЕНИЯМ ПЛАТНЫЙ

ПОРТРЕТ И КОЛИЧЕСТВО АУДИТОРИИ. СХОЖЕСТЬ И РАЗНИЦА ДАННЫХ.

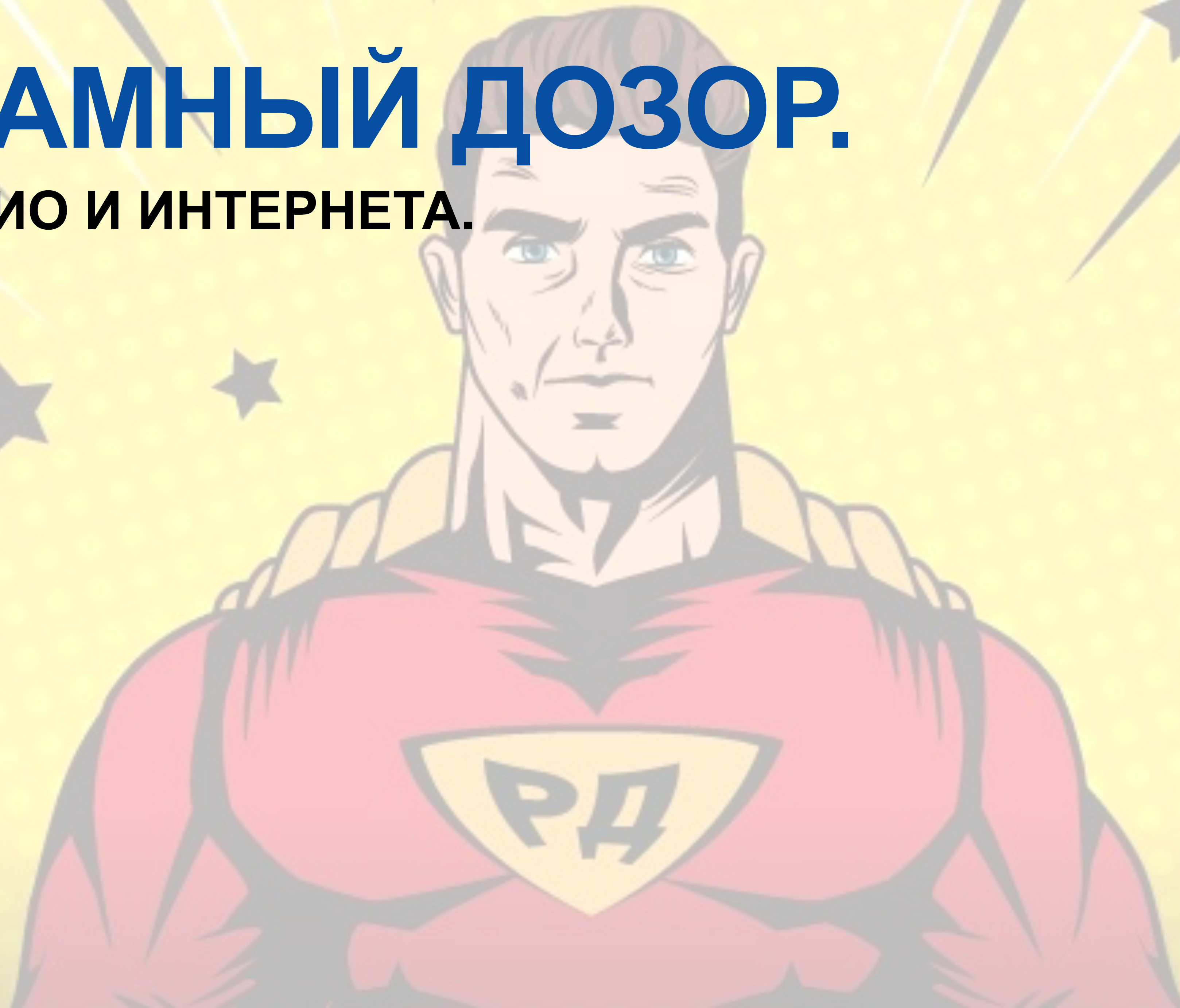
ВЫВОДЫ

- ВЛИЯНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ФАКТОРА НА ПОЛУЧАЕМЫЕ ДАННЫЕ
- ИТОГИ ЗАМЕРОВ - ВСЕГДА ИНТЕРПРЕТАЦИЯ
- ВСЕ ПОЛУЧАЕМЫЕ ИЗМЕРЕНИЯ - КОСВЕННЫЕ
- **ОБЪЕДИНИВ РАЗНЫЕ ПОДХОДЫ К ЗАМЕРАМ ДОБЬЕМСЯ СИНЕРГИИ**



РЕКЛАМНЫЙ ДОЗОР.

СОЮЗ РАДИО И ИНТЕРНЕТА.



ВАЛЮТА РЕКЛАМЫ.

КАК СРАВНИТЬ СТОИМОСТЬ?

РАДИО

- ОСНОВНАЯ ВАЛЮТА - **СРТ** (стоимость тысячи контактов).
НЕ УЧИТЫВАЕТ СКОЛЬКО РАЗ УСЛЫШАЛ РЕКЛАМУ ОДИН И ТОТ ЖЕ ЧЕЛОВЕК

ИНТЕРНЕТ

- ОСНОВНАЯ ВАЛЮТА - **eCPM** (стоимость тысячи показов).
НЕ УЧИТЫВАЕТ КОЛИЧЕСТВО БАННЕРНЫХ МЕСТ НА ОДНОМ МОНИТОРЕ

ВАЛЮТА РЕКЛАМЫ.

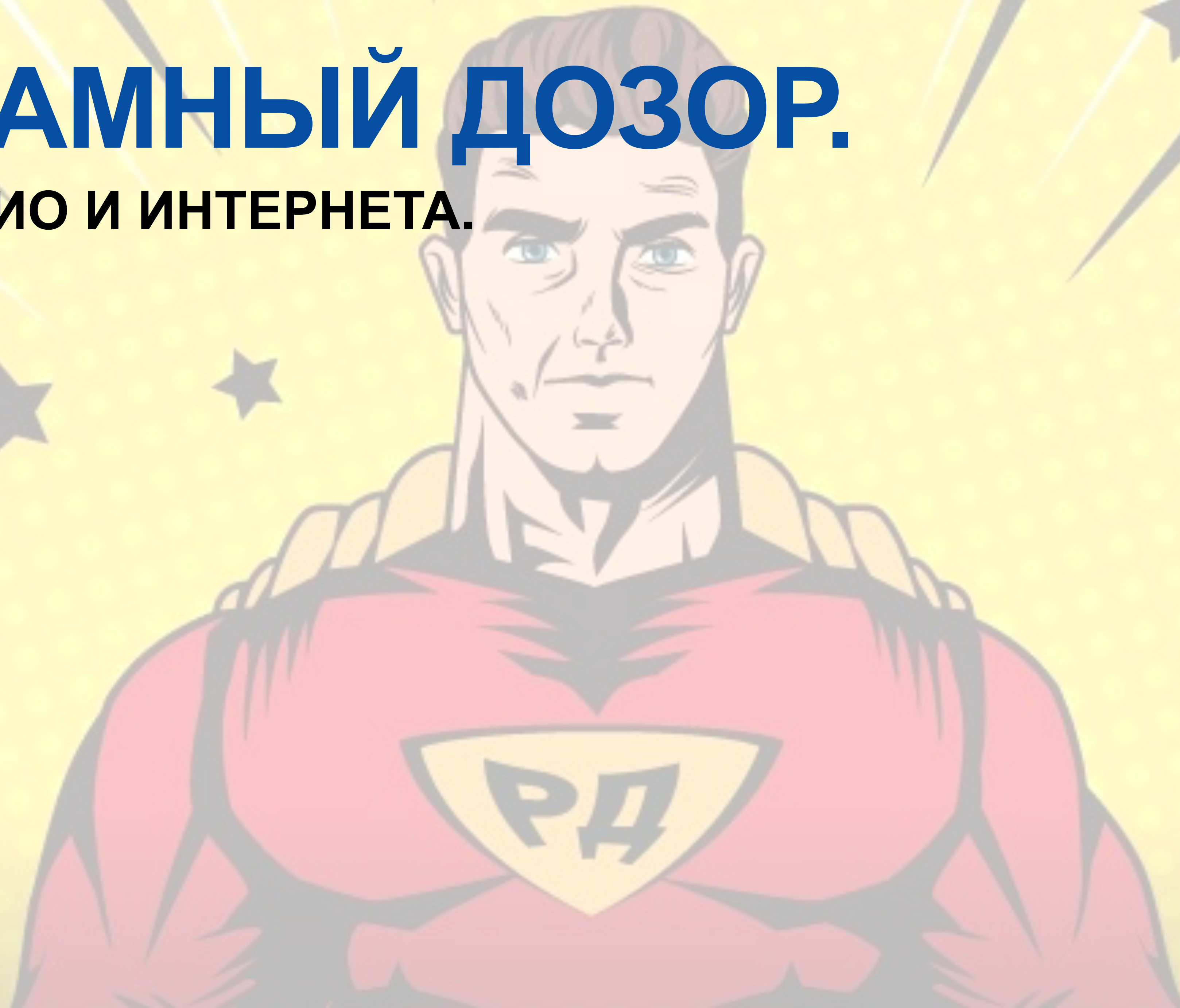
КАК СРАВНИТЬ СТОИМОСТЬ?

ВЫВОДЫ

- СТОИМОСТЬ ВАЛЮТЫ В ОБОИХ СЛУЧАЯХ ЗАВИСИТ ОТ СОСТОЯНИЯ РЫНКА РЕКЛАМЫ, ЛУЧШЕГО МЕСТА ДЛЯ РЕКЛАМЫ НА НОСИТЕЛЕ, СЕЗОНА, ВОСТРЕБОВАННОСТИ РЕКЛАМНОГО НОСИТЕЛЯ, ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ОПЫТА И ПРОЧИХ КРИТЕРИЕВ. СТОИМОСТЬ В ОБОИХ СЛУЧАЯХ ЗАВИСИТ ТОЛЬКО ОТ СПРОСА НА РЕКЛАМУ.
- С ПОМОЩЬЮ СТОИМОСТИ ВАЛЮТ НА РАДИО И В ИНТЕРНЕТЕ МОЖНО ДОБИВАТЬСЯ НУЖНОГО БАЛАНСА ПРИ РАСПРЕДЕЛЕНИИ РЕКЛАМНОГО БЮДЖЕТА.

РЕКЛАМНЫЙ ДОЗОР.

СОЮЗ РАДИО И ИНТЕРНЕТА.



РЕКЛАМНЫЙ ШУМ.

ГДЕ НИЖЕ?



РАДИО

- РЕГУЛИРУЕТСЯ ЗАКОНОМ «О РЕКЛАМЕ РФ»
- МОЖНО СНИЗИТЬ ПЛАНИРОВАНИЕМ
- ПРОСТО ПОДОБРАТЬ РС С НИЗКИМ ШУМОМ

РЕКЛАМНЫЙ ШУМ.

ГДЕ НИЖЕ?



ИНТЕРНЕТ


- НЕ РЕГУЛИРУЕТСЯ ЗАКОНОМ
- ЗАВИСИТ ОТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ОПЫТА
- МОЖНО СНИЗИТЬ ПЛАНИРОВАНИЕМ
- СЛОЖНО РАССЧИТАТЬ И КОНТРОЛИРОВАТЬ

ВЫХОДЫ И ПОКАЗЫ.

КАК СЧИТАЮТ? В ЧЕМ РАЗНИЦА?

РАДИО: ВЫХОДЫ

- ВЫХОДЫ ЗАСЧИТЫВАЮТСЯ ТЕ, ЧТО ВЫШЛИ В ЭФИР.
- ВЫХОДЫ СООТВЕТСТВУЮТ МЕДИАПЛАНУ.
- КУПИЛ = ПОЛУЧИЛ



МЕДИАПЛАН

Имя: МЕДИА
Адрес: йм

Договор № 1 от 05.03.2016
Период 26.03.2009 - 24.04.2009
Кампания Март

РАДИО "ПЛЮС" / Прокат рекламного аудиоролика (FM) (г. Екатеринбург)

| Размер | Позиция | Трансляций | Объем | К разм. |
|---------------|---------|------------|----------|---------|
| 20 (00:00:20) | первый | 84 | 00:28:00 | 1 |
| 30 (00:00:30) | | 84 | 00:42:00 | 1 |
| Всего: | | 168 | 01:10:00 | |

Апрель 2009г.

| | 31 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | Объем (20) | Трансляций (20) | Кол-во x стоимость (20) |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|------------|-----------------|-------------------------|
| | Вт | Ср | Чт | Пт | Сб | Вс | Пн | Вт | Ср | Чт | Пт | | | |
| 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 00:02:40 | 8 | 8 x 320,00 |
| 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 00:02:40 | 8 | 8 x 240,00 |
| 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 00:02:40 | 8 | 8 x 240,00 |
| 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 00:02:40 | 8 | 8 x 320,00 |
| 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 00:02:40 | 8 | 8 x 280,00 |
| 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 00:02:00 | 6 | 6 x 320,00 |
| 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 00:02:00 | 6 | 6 x 320,00 |
| 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 00:02:40 | 8 | 8 x 320,00 |
| 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 00:02:40 | 8 | 8 x 280,00 |
| 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 00:02:40 | 8 | 8 x 200,00 |
| 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 00:02:40 | 8 | 8 x 160,00 |
| 11 | 9 | 9 | 11 | 9 | 9 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 11 | 00:28:00 | 84 | |

ВЫХОДЫ И ПОКАЗЫ.

КАК СЧИТАЮТ? В ЧЕМ РАЗНИЦА?

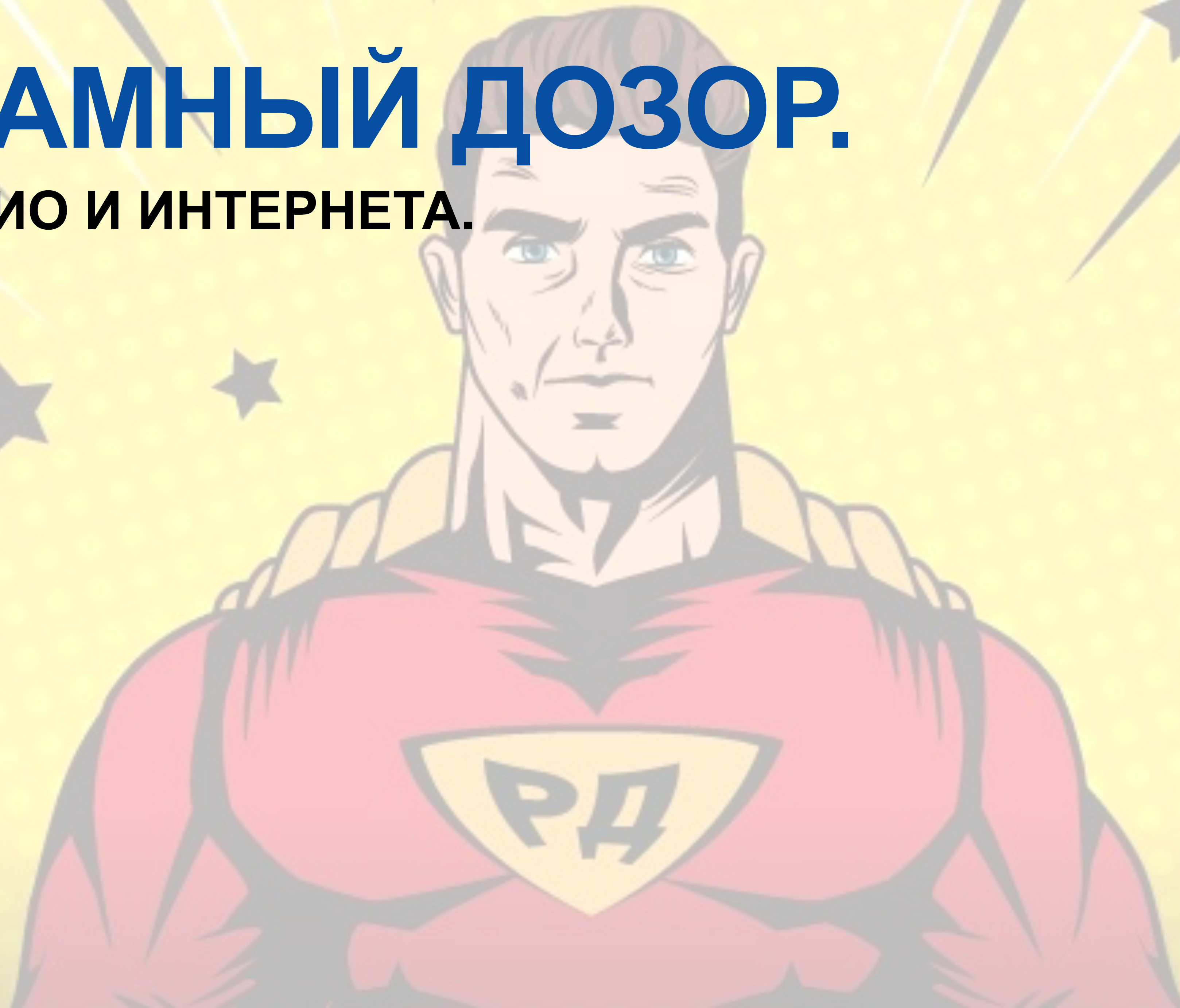
ИНТЕРНЕТ: ПОКАЗЫ

- ТРИ МЕТОДА ПОДСЧЕТА ПОКАЗОВ
- ПОКАЗЫ СВЯЗАНЫ С АУКЦИОНОМ
- ПОКАЗЫ СВЯЗАНЫ С ВОДОПАДОМ



РЕКЛАМНЫЙ ДОЗОР.

СОЮЗ РАДИО И ИНТЕРНЕТА.



ЭКСПЕРИМЕНТ.

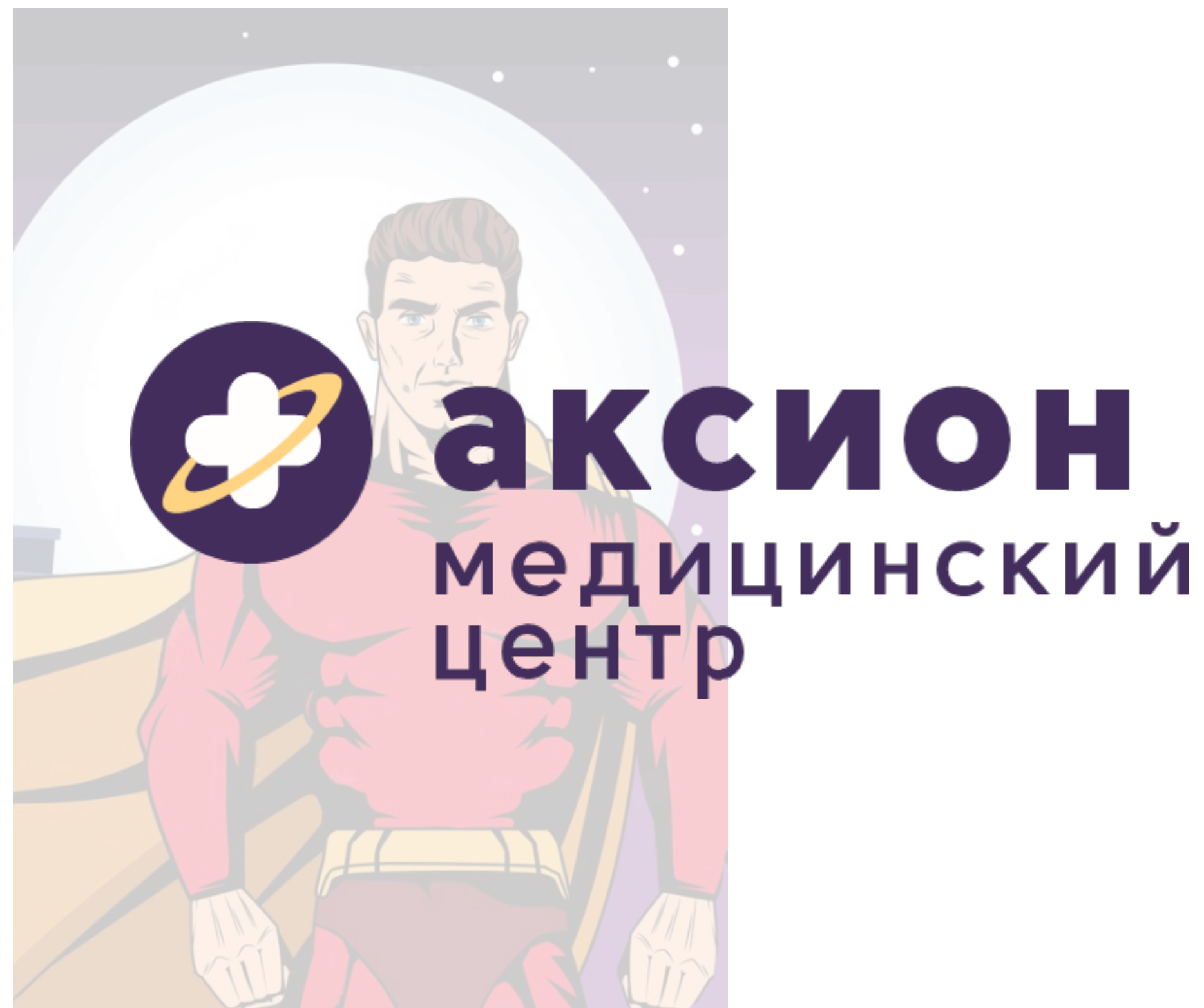
ПРОВЕРЯЕМ ТЕОРИЮ НА ПРАКТИКЕ.

ШАГИ

- ПОИСК РЕКЛАМОДАТЕЛЯ. ВЫРАБОТКА КРИТЕРИЕВ.
- УЧАСТИЕ В ПРОЕКТЕ ПРИГЛАШЕННЫХ ОПЫТНЫХ МАРКЕТОЛОГОВ
- ВЫРАБОТКА ЗАДАЧ РК ДЛЯ ЭКСПЕРИМЕНТА
- РАЗРАБОТКА МЕДИАПЛАНА И РОЛИКОВ ДЛЯ ЭКСПЕРИМЕНТА
- АДАПТИРОВАНИЕ САЙТА ПОД ЭКСПЕРИМЕНТ
- ЗАПУСК РК НА РАДИО, МОНИТОРИНГ СЧЕТЧИКОВ
- ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ



ЭКСПЕРИМЕНТ. ВЫБОР РЕКЛАМОДАТЕЛЯ.



КРИТЕРИИ

- НЕТ ИЛИ МАЛО РЕКЛАМЫ НА РАДИО
- РАСПРОСТРАНЕННАЯ УСЛУГА ИЛИ ПРОДУКТ
- БЮДЖЕТ ОКОЛО 25-30 ТЫС.РУБЛЕЙ
- «ЖИВОЙ» САЙТ ИЛИ СОЦСЕТИ
- СЕКТОРА: УСЛУГИ, МЕДИЦИНА, ДОСТАВКА, БЬЮТИ ИНДУСТРИЯ, АВТОУСЛУГИ, ОБУВЬ И ОДЕЖДА

ЭКСПЕРИМЕНТ.

ПРИГЛАШЕННЫЕ В ПРОЕКТ МАРКЕТОЛОГИ.



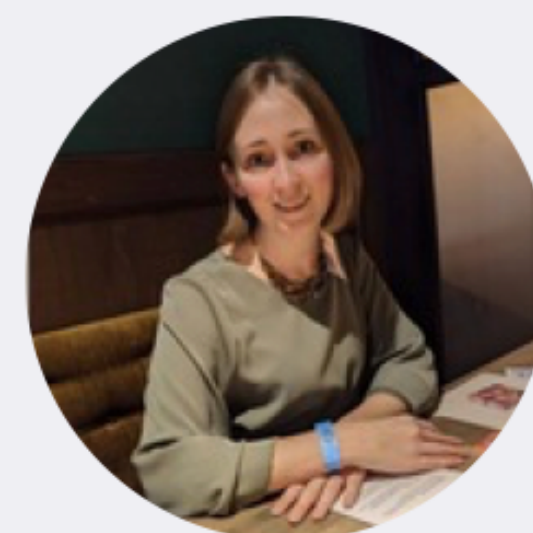
Наталья Салтыкова



Анна Чумакова



Варвара Новикова



Екатерина Котенева



Римма Дязова

ЭКСПЕРИМЕНТ.

ВЫРАБОТКА ЗАДАЧ РК ДЛЯ ЭКСПЕРИМЕНТА.

ЗАДАЧИ

- «ПРИВЕСТИ» АУДИТОРИЮ ВЫБРАННЫХ РАДИОСТАНЦИЙ НА САЙТ.
- ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ ПОСЕТИТЕЛЕЙ САЙТА К УСЛУГЕ «КОМПЬЮТЕРНАЯ ТОМОГРАФИЯ».
- СОПОСТАВИТЬ РЕКЛАМНЫЕ БЮДЖЕТЫ ИНТЕРНЕТА И РАДИО.

ЭКСПЕРИМЕНТ.

РАЗРАБОТКА МЕДИАПЛАНА И РОЛИКОВ.

РАЗРАБОТКА МЕДИАПЛАНА

- ПО НАКОПЛЕННЫМ УСПЕШНЫМ КЕЙСАМ ОПРЕДЕЛИЛИ ВРЕМЯ ТРАНСЛЯЦИЙ РОЛИКОВ С АНАЛОГИЧНЫМИ УСЛУГАМИ.
- СОЗДАЛИ САЙТ-ТЕСТ И ПО ЕГО МЕТРИКЕ ОПРЕДЕЛИЛИ НАИБОЛЕЕ УДАЧНОЕ ВРЕМЯ ДЛЯ ИНТЕРНЕТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ.
- ВЫБРАЛИ ОБЩИЕ ПРОМЕЖУТКИ ВРЕМЕНИ ДЛЯ РАДИО И ИНТЕРНЕТ АУДИТОРИИ.
- РАСПРЕДЕЛИЛИ ВЫХОДЫ.

МЕДИАПЛАН

Исполнитель: "А" / Агентство: "А" / Заказчик: "А"

Договор № 1 от 05.03.2016
Период 26.03.2009 - 24.04.2009
Кампания Март

| Время | Размер | Позиция | Трансляций | Объем | К разм. |
|--------|---------------|---------|------------|----------|---------|
| 20 | 20 (00:00:20) | первый | 84 | 00:28:00 | 1 |
| 30 | 30 (00:00:30) | | 84 | 00:42:00 | 1 |
| Всего: | | | 168 | 01:10:00 | |

| Апрель 2009г. | | | | | | | | | | Объем (20) | Трансляций (20) | Кол-во x стоимость (20) |
|---------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|------------|-----------------|-------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | | | |
| Ср | Чт | Пт | Сб | Вс | Пн | Вт | Ср | Чт | Пт | 00:02:40 | 8 | 8 x 320,00 |
| 20 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 00:02:40 | 8 | 8 x 240,00 |
| 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 00:02:40 | 8 | 8 x 240,00 |
| 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 00:02:40 | 8 | 8 x 320,00 |
| 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 00:02:40 | 8 | 8 x 280,00 |
| 20 | | | | | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 00:02:00 | 6 | 6 x 320,00 |
| 30 | | | | | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 00:02:00 | 6 | 6 x 320,00 |
| 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 00:02:40 | 8 | 8 x 320,00 |
| 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 00:02:40 | 8 | 8 x 280,00 |
| 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 00:02:40 | 8 | 8 x 200,00 |
| 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 30 | 20 | 00:02:40 | 8 | 8 x 160,00 |
| 9 | 9 | 11 | 11 | 11 | 9 | 11 | 11 | 11 | 11 | 00:28:00 | 84 | |



ЭКСПЕРИМЕНТ.

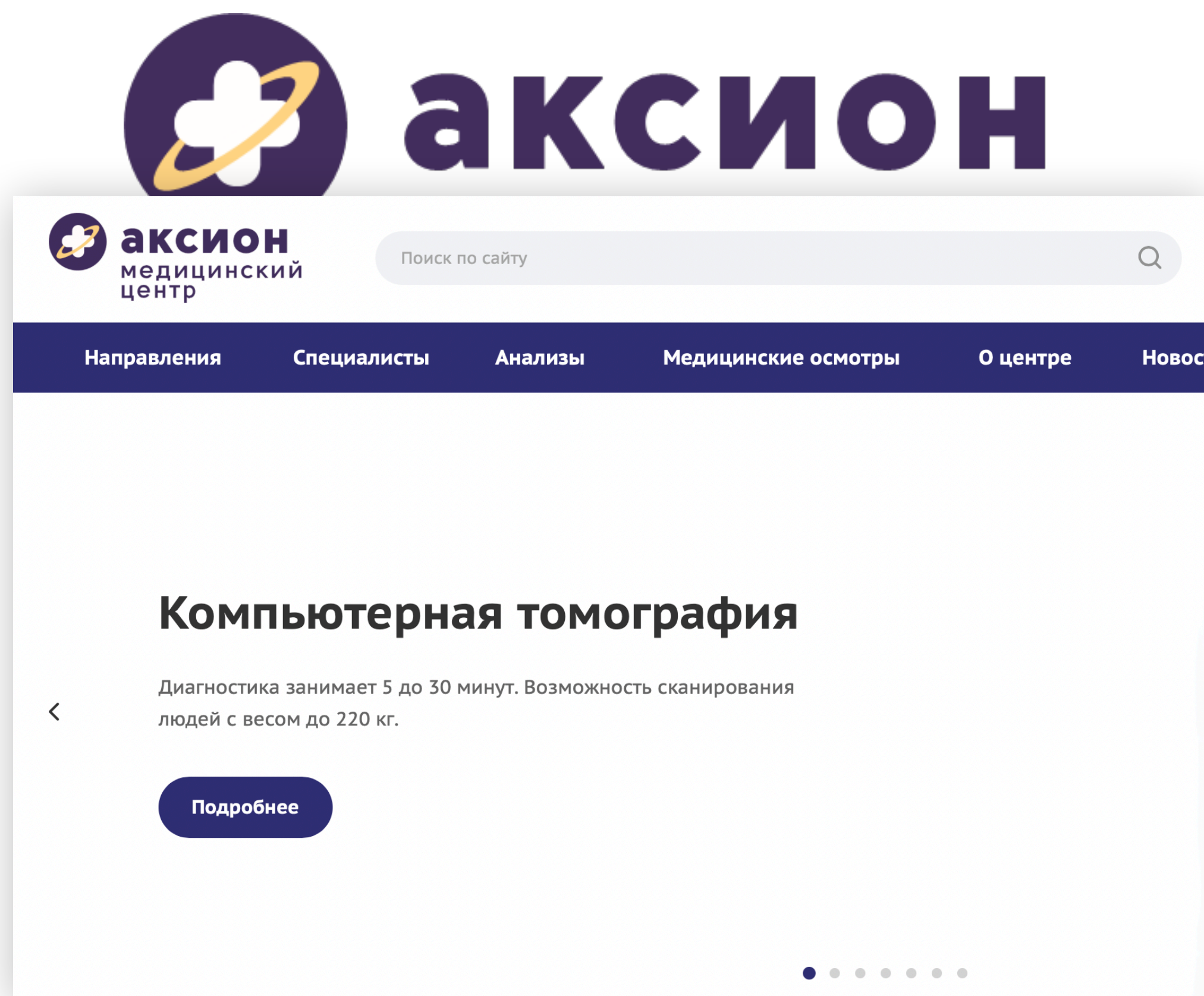
РАЗРАБОТКА МЕДИАПЛАНА И РОЛИКОВ.

РАЗРАБОТКА РОЛИКОВ

- ДЛЯ ЭКСПЕРИМЕНТА СДЕЛАЛИ ДВА РОЛИКА ЧТОБЫ ОЦЕНИТЬ НАИБОЛЕЕ ТОЧНО, ЧТО «ЗАЦЕПИТ» РАДИОСЛУШАТЕЛЯ - БРЕНД ИЛИ УСЛУГА.
- ПОДБОРОМ СЛОВ В ПОИСКОВИКЕ ВЫБРАЛИ НАИБОЛЕЕ БЛИЗКИЕ ФРАЗЫ К ТЕМ, КОТОРЫМИ ПОЛЬЗУЮТСЯ ПРИ ПОИСКЕ РЕКЛАМИРУЕМОЙ В ЭКСПЕРИМЕНТЕ УСЛУГИ.

ЭКСПЕРИМЕНТ.

АДАПТИРОВАНИЕ САЙТА ПОД ЭКСПЕРИМЕНТ.



СОКРАЩАЕМ ДЕЙСТВИЯ

- ПРИ ПОПАДАНИИ НА САЙТ СРАЗУ ПОПАДАЕМ НА УСЛУГУ КТ.
- ПОДКЛЮЧИЛИ СЧЕТЧИКИ
- УБРАЛИ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМУ



ЭКСПЕРИМЕНТ. ЧТО В ИТОГЕ ПОЛУЧИЛИ.

The screenshot shows a Windows 10 desktop with a blue background. A browser window is open, displaying a table of word frequency data for the word 'медцентр' (medical center) across various Russian cities. The table lists the city name, the number of occurrences, and the percentage of total occurrences. A search bar at the bottom of the table is active, showing the search term 'Ижевск' and its corresponding data: 1 732 occurrences and 52%.

| Город | Число | Процент |
|------------------------------|-------|---------|
| Хабаровск | 1 653 | 64% |
| Городской округ Хабаровск | 1 653 | 64% |
| Ставрополь | 1 648 | 52% |
| Городской округ Ставрополь | 1 648 | 52% |
| Таганрог | 1 647 | 143% |
| Городской округ Таганрог | 1 647 | 143% |
| Городской округ Истра | 1 642 | 131% |
| Щелковский район | 1 616 | 116% |
| Брянск | 1 592 | 60% |
| Городской округ Брянск | 1 592 | 60% |
| Городской округ Калуга | 1 560 | 69% |
| Симферополь | 1 550 | 71% |
| Городской округ Симферополь | 1 550 | 71% |
| Мурманск | 1 531 | 101% |
| Городской округ Мурманск | 1 531 | 101% |
| Калуга | 1 523 | 70% |
| Могилёв | 1 520 | 164% |
| Александровский район | 1 500 | 312% |
| Ижевск | 1 499 | 46% |
| Городской округ Владикавказ | 1 468 | 131% |
| Минусинск | 1 465 | 530% |
| Городской округ Минусинск | 1 465 | 530% |
| Витебск | 1 460 | 145% |
| Одинцово | 1 455 | 111% |
| Городское поселение Одинцово | 1 455 | 111% |
| Городской округ Ступино | 1 453 | 200% |

Ижевск 1 732 52%

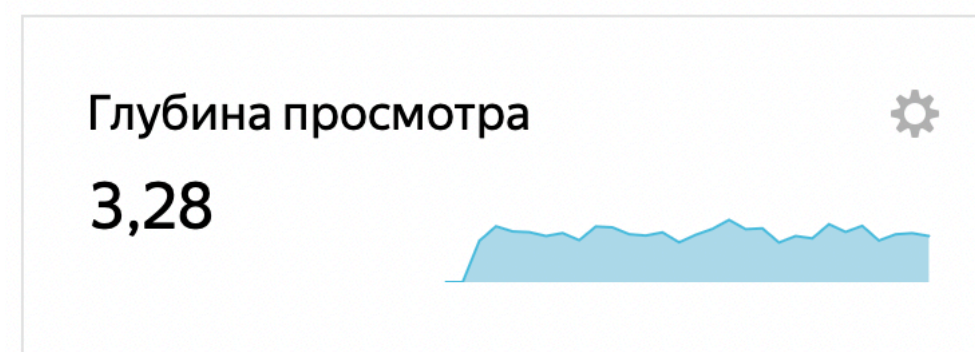
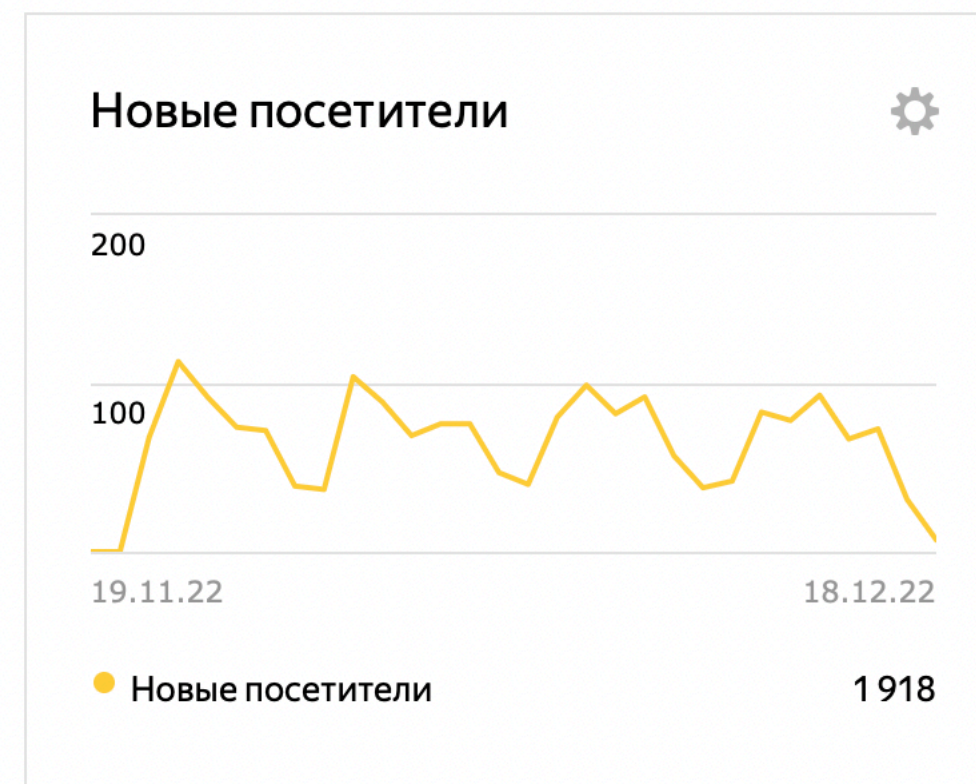
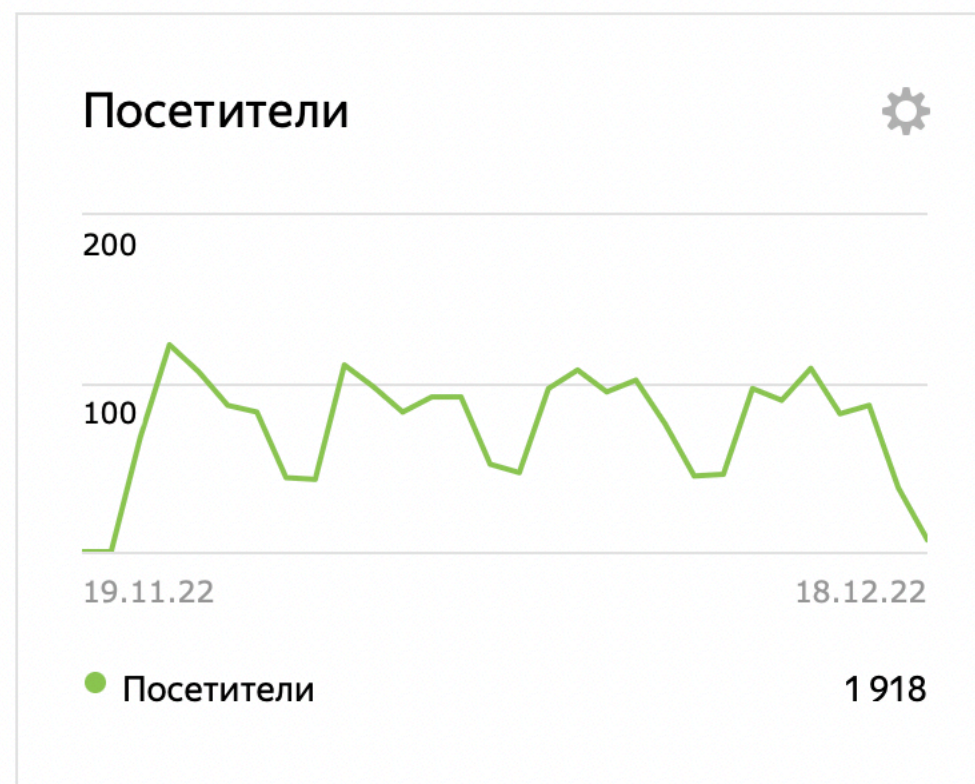
ЭКСПЕРИМЕНТ. ЧТО В ИТОГЕ ПОЛУЧИЛИ.

The screenshot shows a Windows 10 desktop with a blue background. A browser window is open, displaying the Yandex Wordstat tool. The search query is "медцентр аксион" (medcenter aksion). The results are filtered by region, showing a total of 435 searches for the phrase. The table below shows the regional distribution of searches.

| Регионы | Показы в месяц | Региональная популярность |
|--|----------------|---------------------------|
| Ижевск | 399 | 18 476% |
| Городской округ Нижний Новгород | 16 | 214% |
| Москва | 9 | 15% |
| Копейск | 4 | 1 343% |
| Копейский городской округ | 4 | 1 343% |
| Екатеринбург | 3 | 41% |
| Муниципальное образование Екатеринбург | 3 | 41% |
| Сарапул | 2 | 1 134% |
| Городской округ Сарапул | 2 | 1 134% |
| Рязань | 1 | 47% |
| Сочи | 1 | 56% |
| Видное | 1 | 238% |
| Ленинский район | 1 | 83% |
| Городской округ Сочи | 1 | 56% |
| Городской округ Рязань | 1 | 47% |
| Городское поселение Видное | 1 | 238% |

ЭКСПЕРИМЕНТ.

ЧТО В ИТОГЕ ПОЛУЧИЛИ.



Последняя поисковая фраза

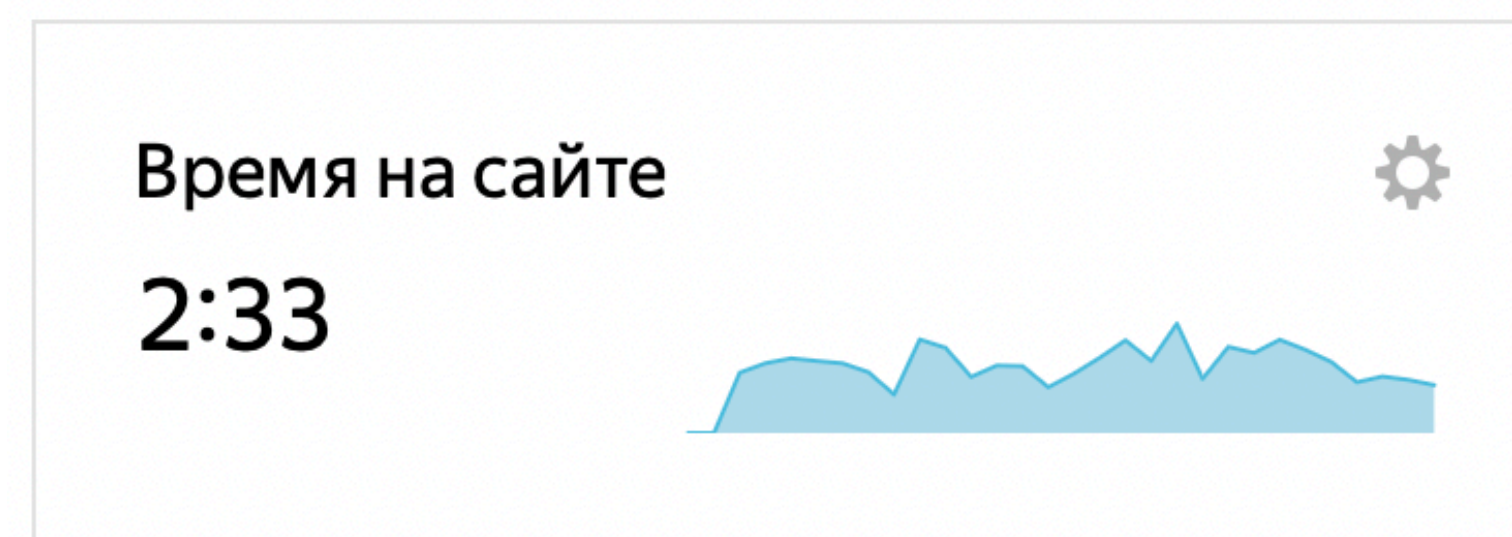
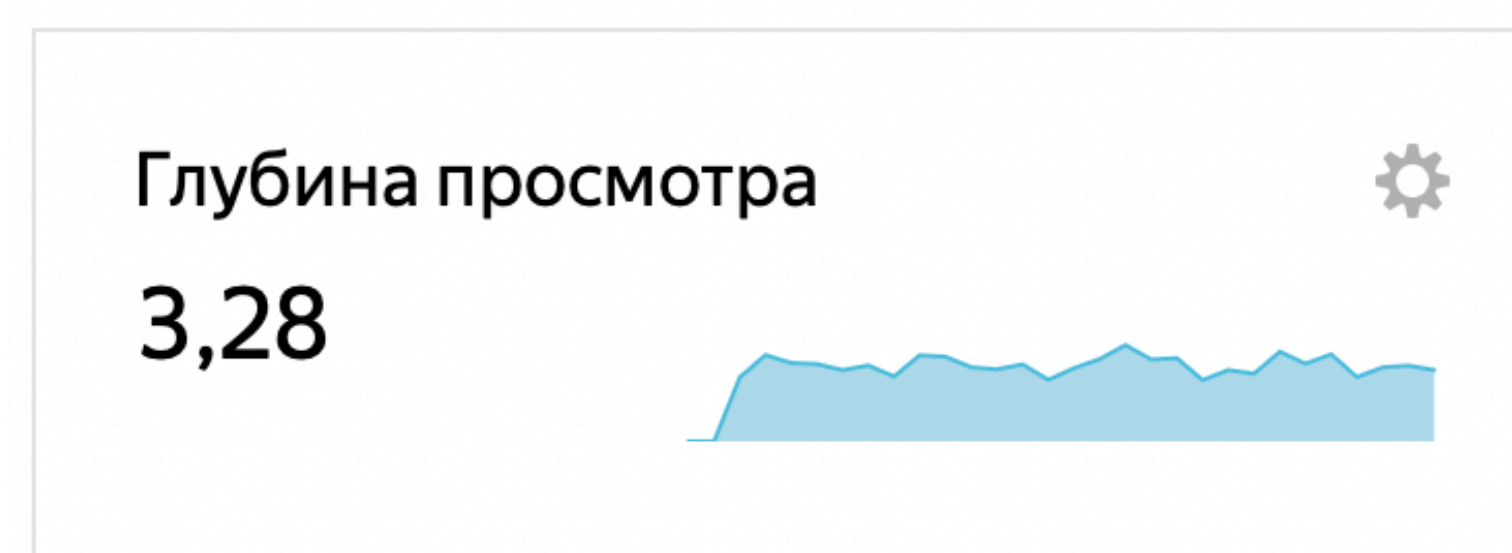
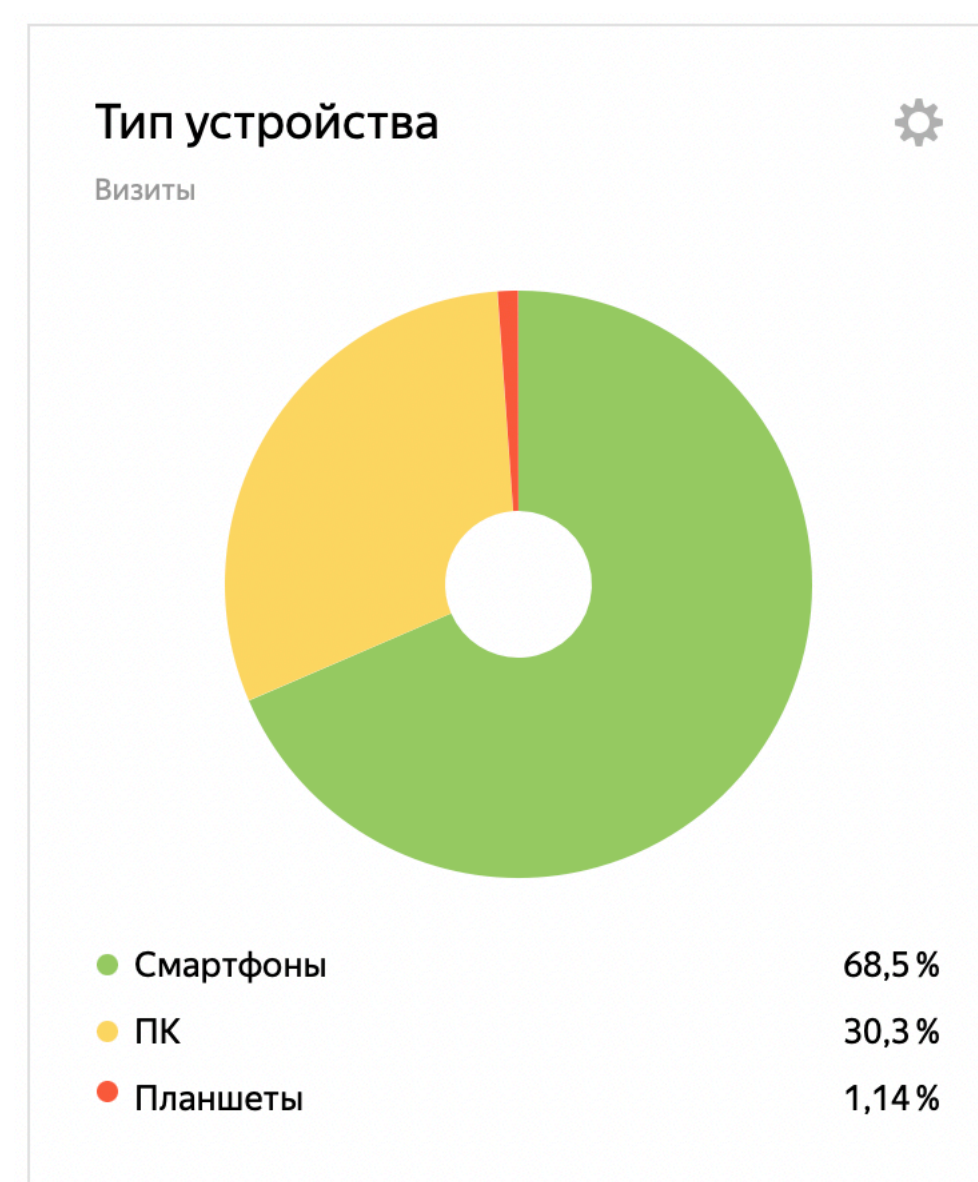
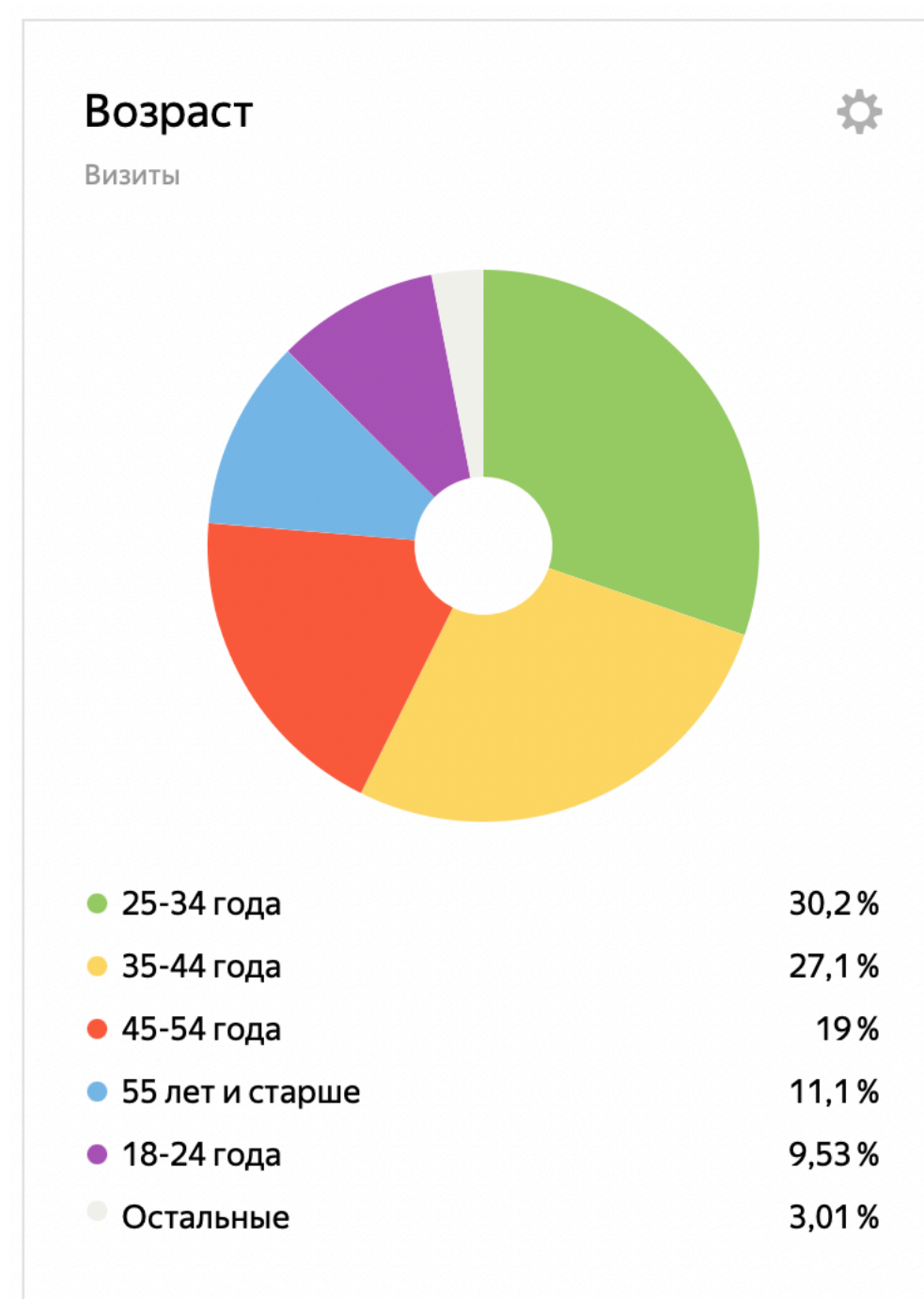
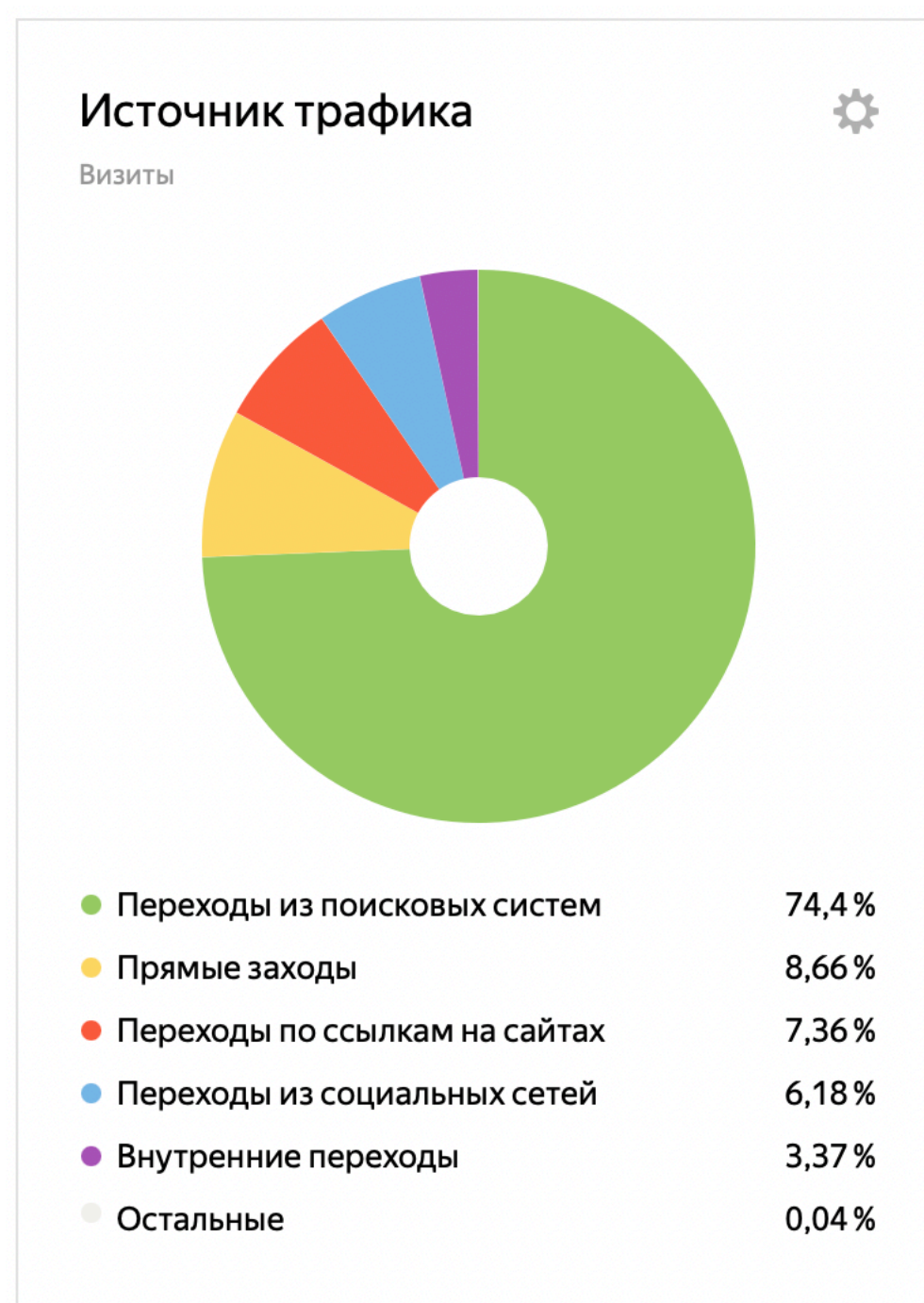
| Последняя поисковая фраза | Визиты |
|----------------------------------|--------|
| Я медцентр аксион | 39 |
| Я аксион медицинский центр иж... | 38 |
| Я аксион медицинский центр, и... | 38 |
| Я медицинский центр аксион | 31 |
| Я медцентр аксион ижевск | 18 |
| Я аксион медицинский центр | 17 |
| Я медаксион.ру | 17 |
| Я медцентр аксион ижевск офиц... | 17 |
| Я медицинский центр аксион иж... | 15 |
| Я медицинский центр аксион иж... | 13 |

Адрес страницы

| Адрес страницы | Просмотры |
|-----------------------------------|-----------|
| medaxion.ru/ | 2 222 |
| medaxion.ru/price/analizy/ | 303 |
| medaxion.ru/contacts/ | 278 |
| medaxion.ru/staff/ | 272 |
| medaxion.ru/services/med-uslu... | 223 |
| medaxion.ru/services/diagnosti... | 204 |
| medaxion.ru/services/diagnosti... | 204 |
| medaxion.ru/services/ | 167 |
| medaxion.ru/search/ | 151 |
| medaxion.ru/form/?name=recor... | 148 |

ЭКСПЕРИМЕНТ.

ЧТО В ИТОГЕ ПОЛУЧИЛИ.

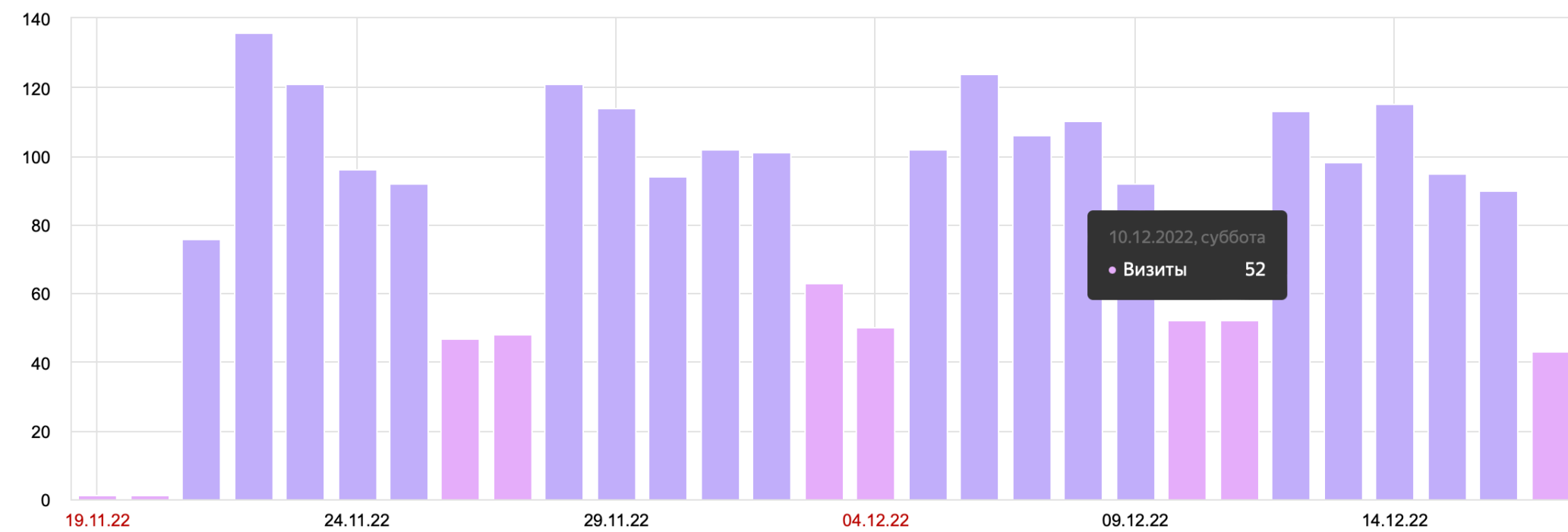


ЭКСПЕРИМЕНТ.

ЧТО В ИТОГЕ ПОЛУЧИЛИ.

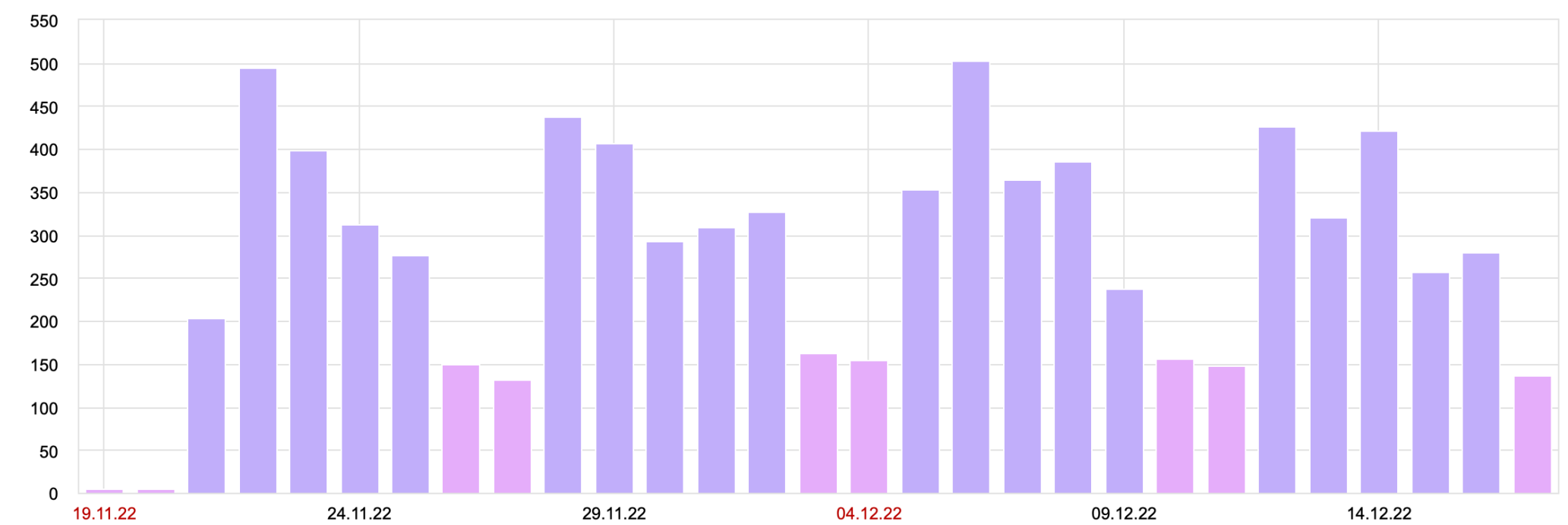
Визиты

Скрыть график ^



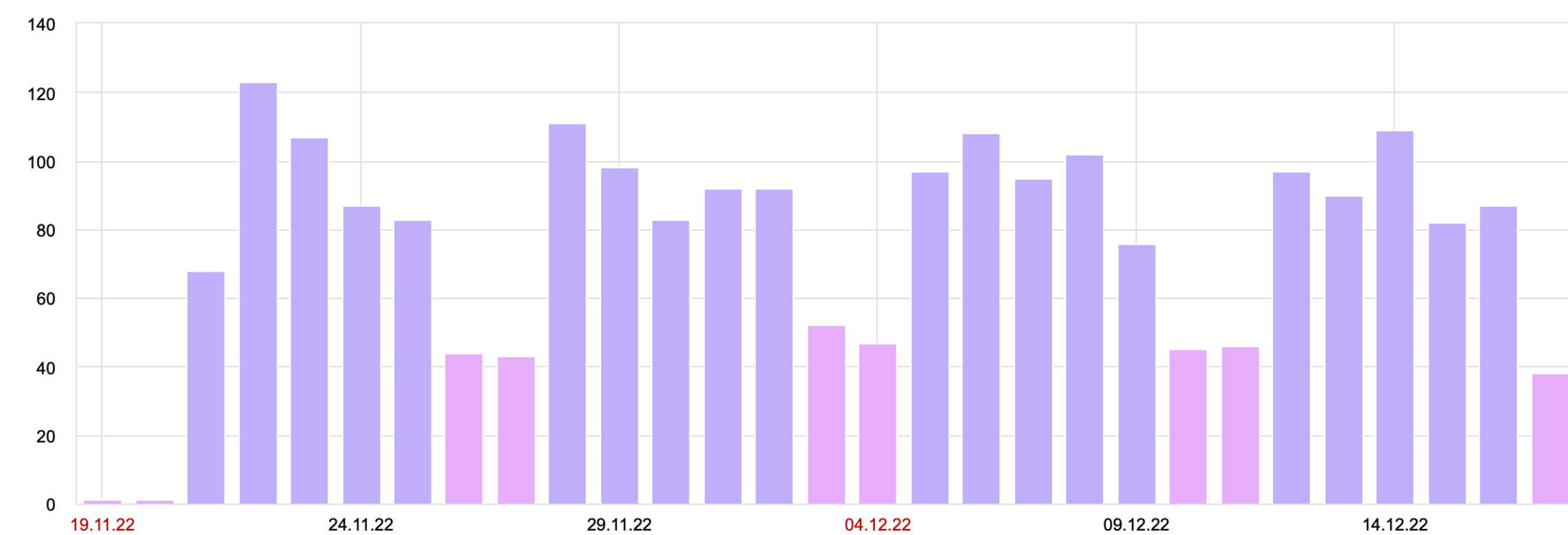
Просмотры

Скрыть график ^



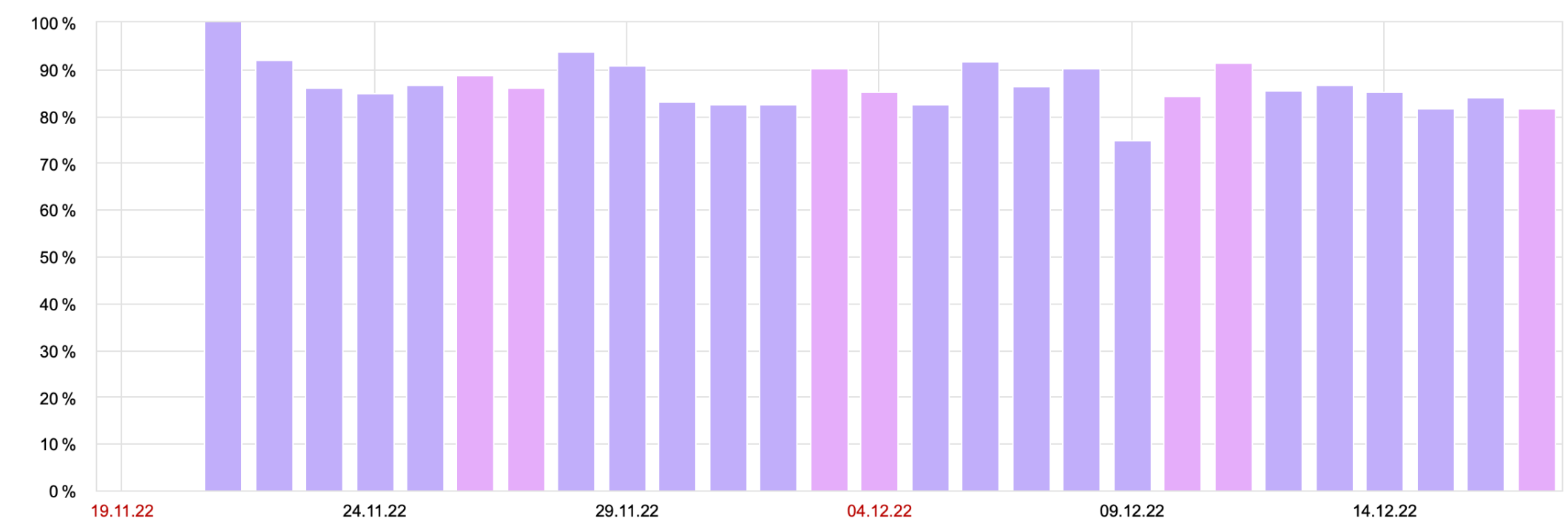
Посетители

Скрыть график ^



Доля новых посетителей

Скрыть график ^



РЕКЛАМНЫЙ ДОЗОР.

СОЮЗ РАДИО И ИНТЕРНЕТА.

