

Опубликовано 8 октября, 2019 - 13:01

Компания представила новый способ продвижения в поиске



«Яндекс» предложил рынку новый формат рекламы в поисковой выдаче, визуально напоминающий «колдунщики», через которые компания продвигает собственные сервисы. Ранее такое продвижение стало причиной претензий со стороны билетных сервисов и других интернет-компаний, дошедших до обращения в Федеральную антимонопольную службу (ФАС). Компании готовы тестировать новый вид рекламы, но уверены, что все равно будут терять трафик и нести убытки.

4 октября в офисе «Яндекса» прошла встреча с участниками интернет-рынка, среди которых были представители Avito, ЦИАН, ivi, 2ГИС, OneTwoTrip и др., рассказали “Ъ” два ее участника. Факт встречи подтвердили в «Яндексе». На ней компания представила новый рекламный формат — возможность дополнить строку о компании или продукте в поиске интерактивным ответом, напоминающим элементы поисковой выдачи. О возможном запуске такого формата “Ъ” писал 19 июля. Он позиционируется «Яндексом» как решение вопроса равного доступа участников рынка к продвижению в поисковой выдаче. Визуально формат похож на «колдунщики» — виджеты перед результатами поиска, которые содержат ссылку на сервисы «Яндекса» («Яндекс.Афиша», «КиноПоиск» и др.).

«Колдунщики» вызывают претензии участников рынка. В июне «Кассир.ру» пожаловался на их использование в ФАС. По мнению сервиса, «Яндекс», «имея доминирующее положение на рынке поисковых систем, агрессивно растит монополиста на рынке билетных операторов» — «Яндекс.Афишу». Заявление поддержали Ticketland (принадлежит МТС), Radario, Concert.ru, Parter.ru и др. ФАС жалобу пока не рассмотрела. В июле 2019 года Avito, ЦИАН, Profi.ru, 2ГИС и ivi заявили, что «Яндекс» с помощью «колдунщиков» ограничивает доступ к сервисам компаний, отдавая преимущество собственным сайтам. По данным «Яндекс.Радара» на конец сентября, доля «Яндекса» на российском рынке поиска составляет почти 57%, у Google — 40,3%.

«Мы сделали большой шаг вперед в обсуждении вопроса, представив новый рекламный формат с расширенной функциональностью. Большинство участников подтвердили заинтересованность в его тестировании. Нам важно тщательно оценить влияние нового рекламного инструмента на пользовательский опыт и определить требования к содержанию рекламных объявлений. До конца года вместе с участниками закрытого бета-теста мы будем дорабатывать формат, а в первом квартале 2020 года рассчитываем представить его рынку», — заявили в «Яндексе».

Коалиция участников рынка, в которую входят 11 компаний, включая Avito, ЦИАН, Profi.ru, 2ГИС, Drom.ru, ivi, Zoon и Gett, считает, что новый формат не решит проблему доминирующего положения «Яндекса», заявил “Ъ” представляющий их интересы экс-совладелец Wikimart Максим Фалдин.

«В рамках рекламы интерактивный формат в поисковой строке станет доступен другим игрокам, но в рамках органической выдачи он будет по-прежнему использоваться только сервисами "Яндекса", о чем нам и заявили в ходе встречи в ультимативной форме», — пояснил

он. «Колдунщики» захватывают от 30% до 80% трафика по конкретным поисковым запросам, ущерб от этого каждая из входящих в коалицию компаний оценивает в миллиарды рублей, утверждает господин Фалдин. По его словам, коалиция планирует законодательные предложения по регулированию рынка поиска.

«Кассир.ру» на встречу не приглашали, сообщил основатель и гендиректор компании Евгений Финкельштейн. «"Яндекс" уже зарекомендовал себя как структура, которая может менять договоренности на ходу, это минимизирует доверие и понимание. Не можем предметно комментировать формат, но по доступной информации можем сказать, что предлагаемые платные "колдунщики" как минимум не затрагивают важную область — главную страницу поисковика, к которой имеют доступ только сервисы "Яндекса"», — заявил он.

Для пользователей возможность быстро решить задачу, не покидая страницы с выдачей, будет большим плюсом, но отношение сторонних сервисов к поисковой выдаче «Яндекса» новый продукт, скорее всего, не изменит, констатирует участвовавший во встрече гендиректор агентства iProspect (входит в Dentsu Aegis Network) Андрей Крисюк.

Автор

Валерия Лебедева

Автор фотографии

Анатолий Жданов

Источник

[https://www.kommersant.ru/doc/4117858?from=main\\_10](https://www.kommersant.ru/doc/4117858?from=main_10)

---

**Source URL:** <http://vspro.info/article/yandeks-vydelil-konkurentam-stroku>