

ПРЕИМУЩЕСТВА ПРОВЕДЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ КОМПАНИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

© 2018 Е. В. Дмитриева, В. А. Вахтина

Воронежский институт высоких технологий (г. Воронеж, Россия)

В настоящее время интернет оказывает глобальное воздействие на все сферы деятельности различных предприятий. Использование интернета в маркетинговых целях позволяет добиться более эффективного продвижения бизнеса. Ведь недаром говорят, что реклама - настоящий двигатель торговли. Возможности современных социальных медиасетей и браузеров позволяют не только максимально охватить целевую аудиторию организации, но и начать реализовывать товар в режиме онлайн.

Ключевые слова: рекламная кампания, маркетинг, интернет.

Рекламная кампания – это комплекс взаимосвязанных, скоординированных действий, разрабатываемых для достижения стратегических целей и решения проблем предприятия.

Прежде чем перейти к изучению видов интернет-рекламы, рассмотрим основные преимущества проведения рекламной кампании в интернете:

- сравнительно низкая стоимость;
- большой охват благодаря ежедневным переходам пользователей на веб-страницы;
- высокая степень информативности, которая возникает из-за отсутствия ограничений по объему текста у рекламоателя;
- большой выбор инструментов для рекламного сообщения (текст, изображения, видео, аудио, анимация);
- полный контроль рекламной кампании и возможность оперативного изменения ее параметров;
- достоверная аналитика, ежедневные графики переходов и отчеты;
- возможность разделить аудиторию по географическому положению, полу, возрасту, интересам и увлечениям. Данная функция позволяет не тратить бюджет рекламной кампании на пользователей, которые не являются вашей целевой аудиторией.

Рекламная кампания в интернете сегодня для большинства организаций – обязательная составляющая маркетингового продвижения. Этапы проведения рекламной кампании в интернете очень схожи с пунктами освещения продукта на любых других

площадках СМИ. В первую очередь, специалисты собирают и анализируют информацию о товаре или услуге, целевой аудитории с ее предпочтениями и потребностями. Исходя из этого, определяют, какие каналы коммуникации будут задействованы. Далее разрабатывают креативную концепцию и выбирают конкретные ресурсы, где в том или ином виде будет размещаться реклама. Именно на этом этапе пишут продающие тексты, разрабатывают и утверждают дизайн баннеров, сценарии роликов и т. д. И третий этап – это непосредственная реализация всего, что было сделано.

Среди большого разнообразия процессов продвижения, я выделила для себя наиболее эффективные направления интернет-рекламы: SMM, контекстная реклама, баннерная реклама и SEO-оптимизация.

SMM – это реклама продукта, услуги, компании или бренда на страницах социальных сетей, форумов, блогов и других медиа ресурсов. Основными преимуществами SMM продвижения являются - быстрое распространение и обратная связь с потенциальным клиентом.

Контекстная реклама. Выдает пользователю небольшие рекламные объявления со ссылками, согласно его запросам, введенным в строку любого поисковика. Преимущество – точное попадание к представителю своей целевой аудитории.

Баннерная реклама. Действует по принципу печатных СМИ – заказчик платит за фактическую площадь, исполнитель размещает его баннер на определенный срок.

SEO-продвижение. Обеспечивается при помощи поисковиков, которые выдают ссылки на ваши страницы при введении пользователем ключевых слов в строку по-

Дмитриева Евгения Владимировна – Воронежский институт высоких технологий, к. т. н., доцент.
Вахтина Виктория Андреевна – Воронежский институт высоких технологий, магистр,
vikky888clu@mail.ru.

иска. При правильно выбранных ключах имеет очень большую эффективность.

Используя все эти возможности, вы можете разработать как конкретную рекламную кампанию, направленную на небольшую аудиторию, так и на более широкую, обладающую своими, определенными характеристиками. Все зависит от целей и бюджета кампании.

Преимуществ у проведения рекламной кампании в сети интернет довольно много.

Рассмотрим их основные свойства.

Интерактивность – возможность использовать различные виды рекламных носителей, которые обладают нужными характеристиками, помогающими как заинтересовать аудиторию, так и организовать обратную связь с потенциальными клиентами. С помощью использования флеш-баннеров, баннеров с различными дополнительными функциями, видео и других технологий в изготовлении рекламного носителя, можно проводить опросы пользователей сети интернет, предлагать им наглядные образцы товаров, которые будут являться дополнительной имиджевой рекламой, привлекать пользователей к работе над продуктом и т. д.

Скорость – возможность в кратчайшие сроки запустить и реагировать на эффект рекламной кампании. Основным преимуществом сети интернет в этом смысле, перед другими медиа, является возможность быстрого изготовления рекламного носителя. Если ролик для ТВ-рекламы будет изготавливаться достаточно долго, то текстовое объявление и его размещение по средствам контекстной рекламы, позволит начать рекламную кампанию в течении максимум 1 часа. Ещё более быстро, можно приостановить рекламную кампанию, если клиент уже найден. Но, это относится только к контекстной рекламе и к некоторым видам баннерной рекламы, где есть возможность быстро запустить или выключить показы.

Способы оценки эффективности рекламы в сети интернет дают колоссальные возможности для оптимизации рекламных кампаний. Возможности получения информации о количестве переходов по рекламному объявлению, о географической точке пользователя, о времени суток, о запросе – который набрал пользователь, перед тем как увидеть объявление и многие другие возможности статистики помогут максимально эффективно настроить рекламную кампанию под ваши цели и бюджет.

Использование сети интернет, как площадки для проведения рекламных кампаний дает ещё ряд особенностей, которые позволят более эффективно продвигать товар или услугу. К ним относятся и возможности корпоративного сайта организации, который позволяет получить максимум информации о товаре, не выходя из дома.

Профессиональное использование этих особенностей позволяет максимально эффективно приблизить клиента к стадии совершения покупки. Четко поставьте цели рекламной кампании, определите бюджет и подбирайте лучшие, для реализации своей цели, виды рекламы.

Ни один канал рекламы не сравнится с тем охватом аудитории, который сегодня предлагает интернет. Более того, онлайн реклама постепенно замещает другой важный канал продвижения – рекламу в СМИ. Сегодня в интернете можно найти все – любое телевизионное шоу, сериал, статьи и даже целые онлайн журналы. Те, кто ранее делал ставку на рекламу в СМИ, сегодня все более активно обращают свой взор на онлайн продвижение.

Рекламная кампания в интернете – актуальный, эффективный способ продвижения. Есть много видов рекламы, различных по стоимости и достигаемому эффекту, способных, при разумном использовании привлечь к продавцу большое количество потенциальных покупателей, продвинуть ресурс, а также вызвать интерес к услуге.

Заниматься организацией рекламной компании можно самостоятельно, а можно, с привлечением опытных сотрудников, способных сделать рекламу эффективной и работающей.

Относительно недостатков рекламы следует сказать, что их нужно относить к категории «подводных камней», заметны они в основной своей массе, пользователям сети без опыта. Навязчивость рекламы, частая ее трансляция может повредить имиджу компании, вызвать у потенциального клиента негативное впечатление.

Разумно созданная реклама – это отличное начало собственного дела в интернете. Только команда из опытных сотрудников может создать рекламу с учетом психических процессов человека, сделать ее восприятие позитивным и, разумеется, рационально расположить ее на имеющихся площадках.

Использование рекламы в интернете в разумных количествах вряд ли может отри-

цательно отразиться на продажах. Доверившись опытным специалистам, вы можете быть уверены: ваша компания всегда найдет своего клиента.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белоусова С. Н. Маркетинг: учебное пособие по специальностям экономики и управления / С. Н. Белоусова. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 381 с.
2. Брассингтон Ф. Основы маркетинга / Ф. Брассингтон, С. Петтитт. – М.: Бизнес Букс, 2014. – 536 с.
3. Васильев Г. А. Рекламный маркетинг: Учебное пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. – М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 276 с.
4. Голова А. Г. Управление продажами: учебник / А.Г.Голова. – М.: Дашков и К, 2013. – 277 с.
5. Дурович А. П. Маркетинг: курс интенсивной подготовки: учебное пособие / А. П. Дурович. – Минск: Современная школа, 2010. – 253 с.
6. Каменева Н. Г. Маркетинговые исследования: учеб. пособие по спец. «Маркетинг» / Н. Г. Каменева, В. А. Поляков. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. – 437 с.
7. Кеннеди Дэн. Секретное оружие маркетолога: найдите ваше уникальное преимущество, превратите его в мощное рекламное сообщение и донесите до правильных клиентов / Дэн Кеннеди; пер. с англ. А. Яковенко. – М.: ГИППО, 2012. – 203 с.
8. Ромат Е. В. Реклама: [учеб. для студ. вузов, изуч. маркетинг, менеджмент, публич. релейшнз] / Е. В. Ромат. – СПб.: Питер, 2014. – 508 с.
9. Сиганова О. В. Кросскультурный маркетинг : учеб. пособие / О. В. Сиганов. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 261 с.

ADVANTAGES OF ADVERTISING CAMPAIGN IN THE INTERNET

© 2018 E. V. Dmitrieva, V. A. Vakhtina

Voronezh Institute of High Technologies (Voronezh, Russia)

Currently, the Internet has a global impact on all areas of various enterprises activity. Use of the Internet for marketing purposes contributes to more effective promotion of business. Not without reason it is said that advertising is the real engine of commerce. The capabilities of modern social media networks and browsers allow not only to have a maximum target audience reach, but also to start selling the product online.

Key words: advertising campaign, marketing, internet.