

ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА КАК МОЩНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНЫХ ПРОДАЖ

А.Р. Рахманкулова

Научный руководитель В.О. Левченко

Любой коммерческий проект нуждается в продвижении и расширении поля деятельности. Сегодня практически все компании и организации имеют собственное представительство в Сети в виде ресурса, блога, страницы в соцсетях. Однако создание сайта и даже заполнение его актуальным контентом ещё не гарантирует автоматического увеличения продаж и роста популярности коммерческого проекта. Необходимо не просто присутствовать в сети, но и разместить грамотную рекламу в Интернете, а также потратить средства или время на раскрутку, продвижение и увеличение конверсии сайта.

Интернет-реклама (анонсирование определенных товаров, услуг или брендов в целом массовому потребителю в интернете) - это действительно качественный инструмент, который необходим для эффективного продвижения и увеличения продаж.

На сегодняшний день выделяют несколько видов интернет-рекламы. Рассмотрим некоторые из них.

Медийная реклама.

Медийная или банерная реклама представляет собой анимированные или графические картинки на сайтах. Баннеры дают возможность широко охватить аудиторию, отлично подходят для продвижения новой продукции, которая не знакома широким массам.

Медийный вид рекламы в интернете незаменим для раскрутки брендов или осуществления акций, но мало подходит для продажи товара. Поэтому медийную рекламу чаще всего используют крупные компании и бренды мирового уровня. Среди недостатков медийной рекламы выделяют лишь затрудненность или вовсе отсутствие таргетинга, что в дальнейшем приводит

к низкому количеству кликов. Кроме того, для создания качественного баннера придется потратиться на услуги профессионала.

Контекстная реклама.

Данный тип рекламы выступает в качестве текстовых или тексто-графических блоков, которые показываются на сайтах в виде объявления. Как правило, с ней знакомы все, например, контекстный вариант появляется при запросах в поисковике Гугл или Яндекс.

Эти разновидности рекламы наиболее эффективные и прибыльные для рекламодателей. Настройки кампаний предоставляют широкие возможности по сегментированию пользователей, которым будет показываться объявление. Бесспорное преимущество контекстной рекламы заключается в том, что показ объявления осуществляется только заинтересованным людям.

Такой вид незаменим при продажах и привлечении потенциальной аудитории. Однако, для раскручивания брендов или чтобы продвинуть новые продукты контекстная реклама подходит мало.

Контекст имеет и свои небольшие недостатки. В первую очередь — это краткосрочный эффект, то есть если реклама перестанет действовать, поток посетителей прекратится.

Вирусная реклама.

Вирусная интернет-реклама обычно выступает в виде яркой картинки или видеоролика. Такой материал пользователи воспринимают, как развлекательную.

Вирусное продвижение поможет решить различного рода задачи, например, увеличить продажи, поддержать запуск нового проекта, повысить рейтинги ресурса или резко поднять имидж продукта.

Реклама ненавязчивая и распространяется без дополнительных затрат, а также имеет продолжительный эффект, который может продолжаться длительное время. К сожалению, не всегда удается добиться желаемого вирусного результата, а цена на продвижение бывает достаточно высока.

Тизерная реклама.

Поскольку производным данного вида рекламы является «тизер», то и строение её основывается на данном элементе. Тизерная реклама построена на интриге, недосказанности, загадке. Подобный эффект создается за счет применения кратких фраз, которые рассказывают об объекте рекламы. Существует так же вариант, когда тизерная реклама не содержит новинку вовсе. В таком случае у потребителя возникает ещё больший интерес: «А что же там скрыто?». Тизеры представляют собой изображения с цепляющим заголовком, на которые так и хочется кликнуть посетителям. Такую разновидность рекламы принято размещать на новостных или развлекательных ресурсах.

Таргетированная реклама.

Таргетированная реклама востребована в соцсетях: Одноклассники, ВКонтакте, Фейсбук. Она выступает в качестве текстовых объявлений, которые дополнены различными изображениями.

Таргетинг позволяет показывать рекламу узкому кругу заинтересованных людей. Выбор аудитории остается за рекламодателем, который должен определить, кому именно его товар или услуга будет нужнее: женщинам или мужчинам, молодежи или взрослым, в каком регионе осуществлять продажи.

Такие типы объявления подходят для увеличения продаж, узнаваемости бренда, а также информирования о мероприятиях. Реклама действует исключительно на целевую аудиторию, что не может не сказаться на эффективности рекламной кампании.

Как и любой канал для продвижения какого-либо продукта, Интернет обладает определенными преимуществами перед другими способами рекламы:

- Относительная дешевизна и возможность оплачивать только результативные рекламные действия, например, переходы по ссылкам.
- Многие из тех, кто пользуется Интернетом, с легкостью принимают новые товары и услуги, впоследствии донося позитивную информацию до

консервативно настроенных покупателей.

– Огромная база аналитических инструментов позволяет быстро и точно оценивать действенность той или иной рекламной компании, а также производить важные маркетинговые измерения, которые в дальнейшем послужат увеличению продаж.

– Возможность в любой момент оперативно поменять рекламную стратегию с минимальными затратами. Если рекламодатель видит, что какой-то способ продвижения не действует, он может скорректировать его до того, как бюджет, выделенный на осуществление данной стратегии, будет исчерпан.

Главным же недостатком организации рекламной компании во всемирной паутине является невероятная конкуренция. Из-за чрезмерного количества уже существующих страниц, а также размещаемых рекламных объявлений у многих пользователей формируется так называемая «слепая зона», когда они попросту не замечают размещенную рекламу, привыкнув ее игнорировать. Кроме того, если рекламное объявление призывает к совершению немедленной покупки через Интернет, это может отпугнуть некоторых покупателей, не уверенных в сохранности своих данных в сети.

Проанализировав самые интересные и популярные виды рекламы, можно сделать вывод о том, какие из них являются наиболее эффективными, и как соотносится стоимость различных способов продвижения.

Самым дорогим способом продвижения в Интернете каких-либо услуг или товаров является баннерная реклама, которая требует не только оплаты за размещение, но и средств на создание качественного и привлекательного рекламного объявления. Также достаточно дорогостоящим удовольствием станет размещение информации о своем продукте на Youtube, в мобильных приложениях и социальных сетях, а также с помощью Push-уведомлений.

А вот контекстная реклама, при правильной настройке, может обойтись совсем недорого. Также небольших вложений требуют рассылки по электронной почте, создание и размещение тизеров, а также всплывающие Pop-up-окна.

Что касается эффективности воздействия на пользователя и возможности привлечения максимально большого числа покупателей, то здесь нет равных контекстной рекламе. С учетом того, что стоимость ее можно сделать крайне невысокой, этот вид продвижения является наиболее оптимальным.

А вот размещение тизеров и баннеров, увы, особого результата не принесет. При этом, если баннерная реклама хотя бы обеспечивает имиджевую составляющую, то вот тизеры, напротив, способны отпугнуть значительную часть пользователей. Также не стоит особо надеяться и на бесплатное размещение объявлений на тематических страницах.

Таким образом, реклама в Интернете – востребованная и постоянно развивающаяся отрасль интернет-маркетинга. Существует множество ее видов (способов) и они постоянно пополняются. Игнорировать это направление, имея собственный бизнес, значит, давать фору конкурентам и терять прибыли.

Список использованных источников

1. Перри Маршалл, Брайан Тодд. «Контекстная реклама, которая работает. Библия GoogleAdWords». Издательство «Манн, Иванов и Фербер», 2014 год.
2. Александр Репьев. «Маркетинговое мышление». Издательство «Библос», 2014 год.

ТЕХНОЛОГИЯ БЛОКЧЕЙН И ЕЁ ПРИМЕНЕНИЕ

И.В.Ховрин

Научный руководитель Л.А.Сараев

Дословно с английского слово "Блокчейн" переводится как "цепочка блоков". Перевод хорошо отражает суть явления. Блоки информации собраны в последовательную цепь и защищены криптографическим шифрованием.