

РОЗВИТОК ГЛОБАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ

Студ. Самойлова А.Ю.

Наук. керівник доц. Яренко А.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

Сьогодні все більше компаній звертається до такого виду реклами, як просування в мережі Інтернет. За результатами досліджень, проведених компанією DoubleClick, на сьогоднішній день більше половини маркетологів в світі використовуює в своїй роботі Інтернет - засоби, тобто просувають товари і послуги за допомогою мережі Інтернет.

В час, коли глобальна мережа займає одне з лідируючих місць в житті кожної людини, дуже популярним стає розвиток Інтернет - маркетингу. Цей вид рекламних послуг є одним з найдешевших та найдоступніших. Розглянемо основні види Інтернет - реклами, які приносять найбільшу популярність і найбільшу кількість відвідувачів.

Search Engine Optimization (SEO). Цей вид Інтернет - реклами став за останні 5 років найбільш популярним. Суть SEO (або пошукової оптимізації) полягає в проведенні додаткових робіт із web - сайтом, які дозволяють підняти сайт в ТОП-рейтингу пошукових систем. Чим вище позиції сайту в рейтингу пошукової системи, тим більше людей відвідує сайт. На сьогоднішній день SEO є найбільш ефективним методом залучення кінцевого відвідувача, з точки зору його вартості. Переваги цього виду: охоплення широкої аудиторії, ненав'язливість, чітка спрямованість, відносно не дорогий вид реклами. Проте, також існують і недоліки цього виду реклами, такі як: досить тривалий час для виведення сайту на потрібні позиції; неможливість 100% прогнозування результату, тому що на пошукові системи впливає багато факторів.

Контекстна реклама. Цей вид реклами полягає в показі оголошень у пошуково-медійній мережі (пошуковики, сайти-партнери). Найбільш популярними є Google, AdWords, «Яндекс» і «Бегун». Переваги контекстної реклами: можливість вибору цільової аудиторії (широкі можливості налаштувань таргетингу); швидкий результат (оголошення можна побачити одразу); контроль ефективності. Серед недоліків, існують наступні: висока вартість; складність налаштування для досягнення найбільшої ефективності.

Реклама в соціальних мережах. На сьогоднішній день, саме така реклама дуже популярна. Вона ділиться на два види: SMM-просування (Social Media Marketing) і таргетовану рекламу. Перша полягає в створенні сторінок компаній, груп, спільнот, публікації цікавих матеріалів та інше. Такий вид реклами актуальний при просуванні брендів, товарів або послуг. Другий вид реклами представляє собою рекламні оголошення, які показуються лише певній групі користувачів мережі (вибрати можна по даті народження, віком, місту проживання, статтю, сімейним станом тощо). Широкий спектр налаштувань дає можливість попадання саме в цільову аудиторію.

Медійна (банерна) реклама. Суть такого виду реклами полягає в розміщенні банерів (графічних зображень: статичних або анімованих) на популярних сайтах з великою відвідуваністю з метою охоплення широкої аудиторії і популяризації бренду, товару або послуги. Через досить масове використання такого виду реклами, вона придбала не дуже хороший імідж і працює на межі спаму. Також вона має досить високу вартість і низьку клікабельність, але відмінно підвищує впізнаваність рекламованого бренду, товару або послуги. Цей вид реклами доцільно використовувати як додаткову рекламу, але не основну. Кожен з нас не одноразово зустрічався з кожним видом розглянутих вище видів реклами. Зі стрімким розвитком мережі також стрімко розвивається Інтернет - маркетинг. Постійно з'являються нові види і напрямлення Інтернет - реклами, які дають змогу розвиватися різноманітним підприємствам.