

image not found or type unknown



Актуальность темы заключается в том, что в последнее время происходит бурное развитие систем телекоммуникаций, одним из ключевых элементов которых является глобальная компьютерная сеть Интернет и ее главный сервис WWW (World Wide Web).

Еще 5 лет назад интернет не пользовался широкой популярностью и мало кто интересовался интернет рекламой, но сейчас реклама в интернете стала очень эффективной и популярной. На данный момент заказы через интернет увеличиваются в геометрической прогрессии.

Большинство деловых людей, ищущих варианты продвижения товаров или услуг обращаются к рекламе в интернете. Традиционно многие привыкли считать наиболее эффективным способом рекламы: рекламу в печатных СМИ и телевидении, недооценивая интернет рекламу, а в частности поисковую оптимизацию.

Использование Интернет в качестве одного из элементов системы маркетинга может оказать значительное влияние на положительный имидж фирмы и на осведомленность потребителя о товарах и услугах.

Говоря о традиционной рекламе и рекламе в Интернет, необходимо отметить, что она включает в себя любую деятельность, знакомящую потенциальных потребителей и общественность с компаниями и товарами, предлагаемыми компаниями на рынке, создающую благоприятное представление о них и помогающую продажам.

Особенностью рекламы в Интернет является то, что ее центральным элементом является Web-сервер фирмы. На его основе строится весь комплекс рекламных мероприятий. Перед владельцем Web-сервера стоят две основополагающие задачи: реализовать свою идею в виде Web-сервера, выполняющего те или иные функции, и произвести его рекламирование, для того чтобы пользователи Интернет узнали о его существовании и, соответственно, смогли его посетить. Таким образом, используется двухуровневый подход, когда на Web-сервере размещается подробная информация о фирме, товарах и услугах, а все рекламные усилия направляются на привлечение посетителей на сервер.

Проведение рекламной кампании должно основываться на четком понимании используемых целевой аудиторией источников информации. Рекламирование Web-сайта не является исключением. Для проведения эффективной рекламной кампании сервера необходимо учитывать возможные способы обнаружения сервера посетителями. Можно выделить три основных способа попадания посетителей на сервер: страницы сервера могут быть обнаружены с помощью поисковых машин; на сервер можно попасть, воспользовавшись гипертекстовыми ссылками на него, размещенными на других серверах, в том числе рекламных баннеров; имя сервера можно узнать из других источников информации, в том числе традиционных, таких как газеты, журналы, радио, телевидение и т.д.

Исходя из этого основными методами рекламирования в Интернет являются:

- регистрация сервера на поисковых машинах;
- размещение бесплатных ссылок на сервер в Web-каталогах;
- размещение ссылок на других серверах;
- размещение платных рекламных объявлений на хорошо посещаемых серверах;
- публикация на других серверах материалов, содержащих ссылки на сервер;
- периодическая рассылка по электронной почте сообщений о сервере заинтересованным лицам;
- участие в телеконференциях по смежной тематике;
- использование списков рассылки;
- использование имени сервера во всех видах рекламной продукции компании традиционных видов рекламы.

Определим цели, на которые настроена фирма при рекламировании своего товара:

- создание благоприятного имиджа фирмы или товара/ услуги;
- обеспечение доступности информации о фирме или продукции для сотен миллионов людей, в том числе географически удаленных;
- реализация всех возможностей представления информации о товаре: графика, звук, анимация и многое другое;
- оперативная реакция на рыночную ситуацию: обновление данных прайс-листа, информации о фирме или товарах, анонс новой продукции;
- продажа продукции через Интернет - возможно виртуальное представительство позволит Вам не открывать новых торговых точек.

Сеть является принципиально новым средством вещания, обладающим рядом особенностей, выгодно отличающих ее от традиционных СМИ.

Прежде всего, это возможность фокусировки показов. Если мы будем рассматривать телевизионную рекламу, то рекламу видят все, даже те, кому она не нужна. В Сети существует система, позволяющая достаточно просто и эффективно показывать рекламу, именно целевой аудитории. Существует возможность фокусировки по следующим параметрам: прежде всего, по регионам, по времени (рекламу можно показывать только в рабочее время и совершенно не показывать ее в выходные дни, вечером, когда рабочее время кончается). Возможно, показывать рекламу не просто по регионам, а показывать ее сотрудникам определенной компании.

Принципиальной особенностью Сети является возможность оперативного определения эффективности рекламной кампании. Обычно ведется статистика, где видно, сколько баннеров показано, и видно, сколько человек проявили интерес к определенному баннеру. Можно идти дальше и оставлять на своем сайте какие-то интерактивные формы и отслеживать не только тех людей, которые использовали баннер, но и тех, кто заполнили анкету, сделали заказ, оплатили покупку и т. д. После того как проанализирована эта цепочка, можно вернуться обратно к баннеру, посмотреть, эффективен ли баннер, дает ли он не только приток пользователей на страницу или люди совершают покупку.

Теперь по поводу самого Интернета как средства медиа. Сравним человека, который сидит перед экраном телевизора и перед экраном монитора. Перед телевизором человек сидит, расслабившись, переключает каналы, особенно когда идут рекламные паузы. В Интернете этого не получится. Чтобы переходить с сайта на сайт, пользуясь Сетью, необходимо предельное внимание. Когда человек прицельно направлен на монитор, восприятие рекламы у него совершенно другое.

Реклама в Интернете обладает высокой оперативностью. Вполне возможно, что информация какой-то компании (прайс-лист, информация об услугах компании и т. д.) передана в определенный журнал, но за несколько дней цены изменились, появилась новая услуга и т. д., а номер был только что отдан в печать. Изменить что-либо уже практически невозможно.

Здесь ситуация обратная: в любой момент времени можно поменять рекламный текст, причем делать это можно хоть пять раз на дню. Вы можете без труда изменить рекламный носитель - баннер. Здесь это дает безусловное преимущество.

В Интернете на экране монитора реклама занимает мало места, она не раздражает пользователя. Кроме того, когда нам показывают рекламу, принципиально для нас

интересную, то отношений к ней другое.

Таким образом, в заключение следует отметить, что Интернет открыл новую эру в истории экономических отношений. Всемирная паутина и информационные технологии быстро стали силами, совершившими большие перемены в обществе. Возникли такие понятия как Интернет - экономика, электронный бизнес, электронная коммерция.

Интернет в понимании рекламиста и маркетолога - это прежде всего средство коммуникации как и любое другое: телевидение, радио или газета, но обладающее недоступной для других средств коммуникации емкостью, интерактивностью и регионом охвата.

Интернет можно использовать для разных целей: для рекламы, для обмена информацией, для исследований и для торговли.

Итак, можно говорить о рекламе в Интернет как о вполне сложившемся средстве формирования имиджа компании. Для формирования используются следующие основные элементы: корпоративный Web-сервер, баннеры, электронная почта и группы новостей.