

image not found or type unknown



В последнее десятилетие компьютеры заполнили нашу жизнь. Теперь они есть почти в каждом доме. Вместе с компьютерами в нашу жизнь вошел Интернет. С его помощью люди могут находить себе работу, покупать различные товары, получать услуги, искать полезную информацию. И чтобы все это делать было легче, в сети Интернет была размещена реклама.

Интернет-реклама – это самое перспективное сегодня направление интернет-маркетинга. Она охватывает потенциально безграничную аудиторию – пользователей компьютеров, смартфонов, других мобильных устройств.

В условиях рыночной экономики Интернет реклама имеет ряд достоинств, таких как: возможность влиять на людей, не принадлежащих активной аудитории Интернета, оперативный анализ составляющих рекламы и всей продвигающей компании в целом, низкая стоимость рекламных компаний, высокая скорость передачи данных и создания рекламы в сети, интерактивность и возможность вести с потребителем диалог. В настоящее время можно выделить несколько основных моделей интернет-рекламы: Фиксированная оплата, СРМ, СРС, СРА, СРО, СРС. И каждая из них связана с их стоимостью и предлагаемой информацией в замен.

Таким образом, у современного рекламодателя есть огромный выбор и многообразие в условиях и средствах размещения своей рекламы. Он может подобрать модели наиболее эффективные и подходящие его бизнесу, например модель СРС позволяет с предельной точностью просчитать эффективность рекламы, так как все переходы фиксируются системами аналитики, что позволит проводить точный анализ, но не более того. А модель Фиксированной оплаты хоть и будет на имение эффективной из всех, зато поможет увеличить узнаваемость бренда.

Такое количество инструментов позволяет продумать стратегию продвижения до мелочей и на долгий срок, со всеми коррективами. Но сегодня не достаточно просто разместить рекламу, а нужно знать и разбираться в методах её продвижения. И многие рекламодатели не желают в этом разбираться или у них банально нет времени, и им приходится нанимать отдельных специалистов по продвижению, это создаёт новые затраты и новую рыночную нишу специалистов.

В настоящее время современный потребитель становится все избирательнее и рынок будет продолжать развиваться вместе с ним и скорее всего, будут появляться новые модели интернет-рекламы. С одной стороны это хорошо так как будут появляться новые рекламные площадки и способы заработка для рекламщиков. А с другой стороны, в таком количестве многообразия человек начнет теряться и не знать на какую рекламу ему реагировать, из этого следовательно у него выработается нейтральное отношение ко всей рекламе, что в свою очередь приведёт к полной неэффективности всех моделей интернет-рекламы.

На мой взгляд при любом развитии событий бизнесы нацеленные на качество продукта останутся в «плюсе». Потому что, при большей вариации методов будет проще найти своего потребителя. А из-за перенасыщенности рекламы потребитель будет более внимательно относиться к выбору товара, опираясь не на минутную рекламу, а на доверие к бренду, его качества и мнения окружающих, что опять же будет приводить к развитию рекламы.