

image not found or type unknown



Актуальность темы состоит в необходимости изучения сети Интернет как рекламной площадки для оптимального выбора средств рекламирования и их эффективного использования.

Целью работы является исследование возможностей использования Интернета в сфере рекламирования.

В связи с поставленной целью в работе решаются следующие **задачи**:

изучить основные виды Интернет-рекламы;

определить значение Интернет-технологий для продвижения товаров;

провести исследование на выявление эффективности Интернет-рекламирования;

выбрать наиболее оптимальное средство рекламирования.

Предмет исследования: виды рекламы в сети, их достоинства и недостатки.

Объект исследования: Интернет-пространство как перспективная, инновационная площадка рекламирования товаров и услуг, а так же как особый канал распространения информации.

Интернет-реклама — реклама, размещаемая в сети Интернет.

Реклама в сети не такая дорогая как, допустим, телереклама или «наружка», и более действенна по отношению к потенциальному потребителю: в Интернете благодаря определённой тематике сайтов, уже известна целевая аудитория, и более детально можно выявить сегмент пользователей сайтов.

Основные задачи Интернет-рекламы: информирование и привлечение в качестве посетителей представителей аудитории Интернет-ресурса.

Особенность интернет-рекламы состоит в:

1. низкая стоимость по сравнению с другими видами;
2. никак не ограничивает объем размещенной информации

3. таргетинг. Интернет позволяет не просто адресовать необходимое сообщение целевой группе, но и оперативно реагировать на реакцию клиентов.

Лишь при реализации прямого маркетинга было возможно вступить в диалог с непосредственным получателем рекламы, но Интернет так же позволяет делать это: пользователь может активно получать различные интересующие его сведения о товаре и в то же самое время рекламодатель получает возможность раскрыть весь спектр их товаров и услуг.

Нами так же было отмечено, что в России и мире в целом растет число пользователей Интернета, что так же является огромным плюсом, поскольку увеличивается потенциальная аудитория клиентов.

«Оплата в интернет-рекламе за реальные контакты позволяет запланировать стоимость контакта и контролировать эффективность рекламных затрат в сети». Данное свойство несомненно важно для любого предприятия, ведь планирование и управление затратами - важная деталь успешной организации.

Говоря об интернет-рекламе, необходимо упомянуть и такую важную особенность как ее оплата.

На сегодняшний день принято выделять следующие виды оплаты интернет-рекламы:

fee - стоимость рекламы зависит от времени ее размещения;

-стоимость за 1000 показов;

-стоимость за каждую 1000 кликов по рекламе;

-стоимость за каждую 1000 привлеченных посетителей;

-стоимость каждого конкретного действия рекламополучателя (заполнение анкеты и прочее);

CPS - плата за продажу.

При всех достоинствах интернет-рекламы, данные минусы не позволяют ей рассматриваться в качестве основной, но, тем не менее, рекламодатели активно используют ее в роли вспомогательной рекламы, наряду с другими средствами маркетинговых коммуникаций.

Часто потребители сталкиваются с Конфликтом между продажами через Интернет и традиционными каналами продаж. Производителям товаров необходимо максимально внимательно и осторожно относиться к информации, выводимой в интернет.

Ограниченность возможности распространения рекламы. Распространение цифровых технологий, которое мы наблюдаем ежедневно, не обеспечивает население качественным и высокоскоростным интернетом. Зачастую пользователи довольствуются низкоскоростными тарифами, которые попросту не загружают видео-рекламу и анимированные изображения.

Актуальность Интернет-рекламы только для некоторых групп товаров. В Интернете более всего ценятся информационные услуги — финансовые услуги, путешествия, купоны, акции и т. д.

Ограниченный доступ в Интернет в регионах. Несмотря на бурное развитие Интернет-технологий, цифровое пространство остаётся дорогим удовольствием, которое не могут себе позволить пожилые, малоимущие люди. Проблема состоит в том, что некоторые товары предназначены именно для этой группы населения, а Интернет-реклама для них недоступна.

Большой объем лишней отвлекающей информации. Популярность любой Интернет-страницы со временем снижается, так как поисковые системы выдают тысячи и миллионы новых, заполненных информацией ресурсов. Для того, чтобы оказаться на первой странице поисковика, некоторые сайты платят огромные деньги. Для наибольшей эффективности предпринимателям необходимо рекламировать свои товары на максимально возможном количестве наиболее популярных Интернет-площадок.

Заключение

Благодаря интернет-рекламе существует возможность отслеживать действия посетителей вашего сайта и, следовательно, понять какую прибыль приносят все ваши клиенты, поэтому как правило данный коэффициент достаточно несложно посчитать. Чтобы это сделать необходимо стоимость клика (определяется условиями интернет-кампании) умножить на коэффициент конверсии и сравнить с прибылью, полученной от данного действия, и на основании его делать какие-либо изменения в рекламной компании.

Однако необходимо помнить, что для достижения более серьезного эффекта необходимо использовать не только интернет-рекламу, но и полный комплекс других маркетинговых элементов, что позволит любой фирме подняться на новый уровень и продолжать активно развиваться.