ВИДЫ РЕКЛАМЫ И ПРОМОЦИИ в интернете

Никита КЛИМОВИЧ
Маркетер

Екатерина ГОТОВЦЕВА
Эксперт журнала, м.э.н.

СЕГОДНЯ МАРКЕТЕРЫ РАБОТАЮТ В МИРЕ СТРЕМИТЕЛЬНО РАЗВИВАЮЩИХСЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ. РЕКЛАМА В ИНТЕРНЕТЕ – ЭТО МНОГОСЛОЖНЫЙ ПРОЦЕСС, КОТОРЫЙ ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ ОГРОМНОЕ КОЛИЧЕСТВО ТОНКОСТЕЙ И ПРИ ЭТОМ ПОСТОЯННО ВИДОИЗМЕНЯЕТСЯ В СВЯЗИ С ПОЯВЛЕНИЕМ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ТРЕНДОВ.

Основной целью этого вида промоции является продвижение интернет-ресурса, принадлежащего конкретной организации. Посредством данного продвижения организация повышает рентабельность своих продаж бизнеса, приобретает новых клиентов и партнеров.

Главной особенностью рекламы в интернете является сверхвысокая конкуренция: маркетеры вынуждены соперничать на большом количестве рекламных площадок не только с конкурентами, но и с компаниями, которые работают в различных сферах, а также с компаниями из других городов и даже стран, кроме всего прочего, рекламные места в большинстве своем ограничены. При этом стоимость рекламы в интернете устойчиво и неизменно растет.

Для промоции в интернете используется большое количество различных способов, среди которых можно выделить следующие основные виды.

КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА

По максимуму охватывает целевую аудиторию, постоянно отображается на многочисленных сайтах. В качестве основы для показа рекламы используется анализ поисковых запросов пользователей, что позволяет продвигать продукцию и услуги среди целевой аудитории. Самыми популярными являются такие сервисы, как «Яндекс. Директ» и Google Adwords, которые сотрудничают с миллионами ресурсов во всем интернете.

PUSH-УВЕДОМЛЕНИЯ

Являются самым популярными инструментами взаимодействия с аудиторией на сегодняшний день. Представляют собой короткие сообщения, которые пользователь получает после перехода на некий сайт. Для того чтобы завоевать доверие пользователя, обычно используют адресацию от имени браузера, который применяется при открытии сайта. Push-уведомления – это маркетинговый тренд, благодаря своей результативности считается на данный момент самым продуктивным способом развития новых проектов.

ТИЗЕР

Представляет собой сообщение рекламного характера, адресованное пользователю. Построено это сообщение как загадка, которая содержит небольшую часть информации об услуге или продукте, но при этом целиком не демонстрируется. Более подробную информацию пользователь может получить после перехода на сайт рекламодателя. Тизеры создают интригу вокруг продукта, заинтересовывают большинство людей, посмотревших их, и чаще всего успешно используются в сфере кинематографа.

МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ

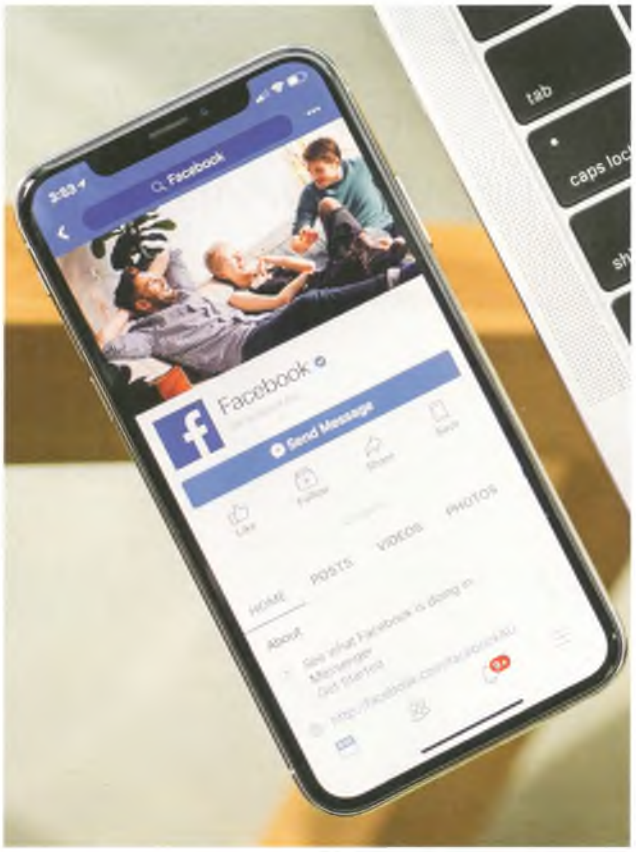
Реклама используется только в бесплатных версиях приложений, заблокировать ее возможно лишь при покупке полной версии приложения, и благодаря этому маркетеры используют данную им возможность взаимодействия с огромной аудиторией. Целевая аудитория – все люди, которые используют смартфоны и планшеты. На одной из самых популярных платформ в мире – IOS 97% бесплатных предложений содержат в себе навязчивую рекламу, которая демонстрируется пользователю в то время, когда данное приложение открыто, с частотой в 5-8 минут, т.е. пользователь будет вынужден просматривать рекламу, не имея возможности ее пропустить.

БАННЕРЫ

Как правило, размещаются на популярных сайтах, красиво оформлены (часто анимированные) для привлечения внимания пользователей. Данный способ рекламы прославляет бренд и делает его узнаваемым, воздействуя на подсознание людей, которые даже не изучают баннер, но он находится в поле их зрения. Реклама посредством данного метода занимает много времени, но имеет высокие показатели результативности, является в 73% использования успешной.

SMM И SMO

Продвижение продукции в социальных сетях является наиболее сложным способом рекламы и промоции, требует от рекламодателя постоянно подогревать интерес потребителей, но благодаря вирусности остается одним из самых результативных методов продвижения. Данный вид активности способен привести тысячи пользователей на сайт рекламодателя за очень короткие сроки. Самыми популярными площадками для SMM и SMO являются такие социальные сети, как Vkontakte, Instagram, Facebook, «Одноклассники». Обычно интернет-маркетеры используют одновременно несколько рекламных площадок, что повышает результативность проводимой рекламной кампании.



ВИДЕОХОСТИНГОВЫЕ САЙТЫ

Во время просмотра видеороликов и фильмов на таких популярных видеосайтах, как YouTube и Vimeo (и множестве других сайтов) в поле просмотра часто показывается реклама. Иногда также используются тизеры. Данный метод промоции считается очень дорогим, но при этом на ряду с SMM и SMO является очень эффективным и рентабельным.

Грамотно построенный и направленный на конкретную целевую аудиторию любой из вышеперечисленных способов продвижения в интернете может обойтись предприятию не так уж дорого, при этом принести хорошую прибыль.