

## ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ ІНТЕРНЕТ – РЕКЛАМИ У МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЯХ

Студ. Ковальова К.Л.

Наук. керівник доц. Яренко А.В.

Київський національний університет технологія та дизайну

Аналіз практики використання маркетингу в мережі Інтернет необхідно почати з поняття «електронний маркетинг». Електронний маркетинг – це маркетингова діяльність суб'єктів на електронному ринку. У практиці бізнесу поняття електронного маркетингу та Інтернет - маркетингу часто вживають як синоніми, що цілком правомірно, тому що велика частина електронних маркетингових операцій сьогодні здійснюється саме в мережі Інтернет. Інтернет - маркетинг – це комплексне застосування інструментів, методів і принципів класичного маркетингу з метою реклами в мережі Інтернет. Мета Інтернет - маркетингу – це отримання максимального ефекту від потенційної аудиторії Інтернет - ресурсу. Інтернет - маркетинг, як і класичний маркетинг складається з аналізу попиту та реклами. Аналіз попиту в Інтернеті – це збір даних для проведення статистики з метою визначити купівельну здатність цільової аудиторії.

Реклама в Інтернеті – це реклама, що розміщується в мережі Інтернет, переважно на добре зарекомендованих і популярних web-сайтах (наприклад Google). Це представлення товарів або послуг підприємства в мережі Інтернет, яке адресовано масовому клієнту і має характер переконання. Інтернет реклама дозволяє вирішувати практично всі завдання, що стоять перед комерційним web-сайтом, будь це Інтернет магазин, сервісні послуги або дистриб'ютори. Інтернет - реклама стає більш доступною для малого бізнесу. Інтернет - реклама має, як правило, двоступеневий характер:

1. Зовнішня реклама, що розміщується рекламодавцем у видавців – рекламний носій. Види цієї реклами: банери, текстові блоки, байрікі, міні сайти, Interstitials.
2. Така реклама зазвичай має посилання безпосередньо на сайт рекламодавця.

Ключовою відмінністю Інтернет - реклами від будь-якої іншої є можливість відстеження рекламних контактів. За рахунок можливості відстеження реакції і дій користувача мережі Інтернет рекламодавець може швидко вносити зміни до чинної рекламної кампанії. Бажані дії користувача називаються конверсія .

Однією з основних сучасних технологій Інтернет - реклами є RTB-платформа (з англ. Real Time Bidding), що дозволяє влаштувати аукціон рекламних оголошень в реальному часі. Люди звикають до того, що вони можуть, не встаючи із стільця і не виходячи з будинку, дізнатися про те, де, як і за яку ціну вони можуть купити певний товар або послугу. Але навіть якщо вони нічого не куплять, інформація щодо фірми запам'ятовується. Сьогодні майже всі рекламні агентства вже пропонують своїм клієнтам таку послугу, як Інтернет - реклама. Але до останнього часу багато хто відносились до цього напрямку з великою недовірою: особливо обережні клієнти, які самі не мали доступу до Мережі і, відповідно, не могли оцінити її ефективності. Деякі компанії вже давно почали перерозподіляти свій бюджет на користь реклами в Інтернеті, поступово скорочуючи обсяги традиційних видів просування, оскільки вони вже не настільки ефективно виконують свої функції. Отже, Інтернет - реклама – це процес комунікацій в інтерактивному середовищі, який впливає на масову або індивідуальну свідомість споживачів, зумовлює зміни в купівельній поведінці.

Переваги Інтернет - реклами. Реклама в Інтернеті надає споживачеві можливість отримати необхідну інформацію в будь-який час. Будь-який споживач може вчасно отримати інформацію про товар і купити його, не встаючи з крісла. Реклама в Інтернеті набагато економніша у порівнянні з іншими видами реклами. Використовуючи методи Інтернет - маркетингу можна легко і швидко провести рекламну компанію в іншій країні. Інтернет - маркетинг дає чіткі статистичні дані про ефективність маркетингової кампанії.