

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ В ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЕ

Хвесько А. Д. студент 3-го курса

Научный руководитель – Манцера Т. Ф., канд. экон. наук, доцент,
зав. кафедрой «Экономика и организация энергетики»

Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь

В настоящее время конкуренция на рынке высока, поэтому продвижение сайта и продукции в Интернете невозможно ограничить только SEO-продвижением. Эффективнее совмещать SEO-продвижение и контекстную рекламу. Для того, чтобы создать рекламу, которая приведет потенциальных клиентов, необходимо учитывать следующие требования:

- рекламное сообщение должно удовлетворять потребности, желания и цели аудитории;

- информация, размещенная в рекламе должна соответствовать рекламируемому продукту. В данном случае не эффективны приемы, в которых продукт расхваливают. Результативнее использовать в тексте объявления слова, обозначающие уникальное торговое предложение, скидки, акции;

- рекламный блок должен быть креативным и медийным. Масштабное исследование в США, проведенное двумя компаниями, занимающимися изучением, показало, что существует всего два аспекта, определяющих действенность рекламы. Первый аспект – это креативность рекламного сообщения. Второй – медийная составляющая;

- желательно размещать рекламу в рубриках спецразмещения, так как это зоны гарантированного показа на сайтах;

- составить лаконичный список ключевых слов, исключая высокочастотные запросы и общие слова.

Эффективность рекламы можно повысить, снизив процент уклонения от просмотра рекламы. Для этого стоит учитывать регион, возрастную категорию людей и время просмотра рекламного объявления.