

## Средства рекламы в сети Интернет

Милош Р.В.

Научный руководитель старший преподаватель Аснович Н.Г.  
Белорусский национальный технический университет

Интернет – один из самых молодых на данный момент рекламоносителей. Преимущественная особенность интернет-рекламы состоит в легком воздействии на определенные узкие целевые аудитории, что просто невозможно достичь при помощи широкоэмитальных СМИ. Рекламной кампании в Интернет должно предшествовать серьезное исследование на предмет наличия целевых аудиторий. На основе такого анализа составляется медиаплан, в котором указывается следующая информация:

- место размещения рекламы и периодичность ее показа;
- используемые форматы рекламы (графика, текст);
- текст рекламных модулей;
- предполагаемый эффект от планируемых мероприятий.

На данный момент предприятиям и организациям можно активно использовать следующие виды средств интернет-рекламы:

Бесплатная и платная регистрация сайта во всех значимых серверах. Задача рекламодателя – добиться того, чтобы его страницы стояли в первых рядах результатов поиска по ключевым словам, имеющим отношение к его сайту.

Контекстный показ рекламы. В этом случае рекламодатель "покупает" в поисковой системе определенные ключевые слова.

Баннерная реклама. Баннер представляет собой прямоугольное графическое изображение, размещаемое на странице веб-издателя и имеющее гиперссылку на сайт фирмы-реklamодателя.

PR-методы. При запуске новой рекламной компании целесообразно разослать по сетевым изданиям пресс-релиз, разъясняющий некоторые аспекты компании и продукта

Direct marketing. Рассылка рекламных сообщений определенному кругу потенциальных клиентов.

Текстовая реклама. Однако она уступает баннерам в том плане, что графика может гораздо более эффектно представлять объект рекламы, формировать и продвигать имидж предприятия.