

ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕКЛАМИ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

В.В. Падалка, здобувач вищої освіти

*Науковий керівник: Н.Б. Стіволос, канд. екон. наук, доцент
Сумський національний аграрний університет*

Із збільшенням кількості та різноманітності медійних засобів в інформаційному менеджменті та завдяки зміні поведінки споживачів для підприємств давно постала проблема оцінювання ефективності рекламних кампаній. Споживачі все більше вибірково сприймають рекламу.

На сьогодні мережу Інтернет розглядають як інструмент для спілкування зі споживачами, який спрощує вплив на продаж та покупку. До комплексу маркетингу відносять рекламу, директ і соціальні сеті. Кожному типу реклами в Інтернеті відповідає свій набір інструментів: контекстна реклама, оптимізація сайтів і медична реклама.

На сьогодні не потрібно відкривати підприємство для ефективної праці в Інтернеті. Кожна праця в мережі Інтернет спрямована на інформування користувачів про веб-ресурси і може містити такі сервіси: розміщення безкоштовних посилань; реєстрація ресурсу в пошукових машинах; розміщення реклами на тематичних сайтах; розміщення реклами в пошукових системах і соціальних мережах; участь у конференціях.

Оцінити ефективність в мережі Інтернет на сьогодні можна за допомогою наступних показників: CTR (click-throughrate) – показник кліків на сайті і визначається як відношення кількості кліків на баннер до кількості його показників; CPV (costpervisitor) – показник вартості рекламної компанії за клік; CPA (costperaction) – показник вартості дії споживача інформації; CPV (costpervisitor) – показник вартості одного відвідувача на сайті рекламодавця; CPI (clicktointerest) – показник споживачів інформації, які перешли і зацікавились рекламою до загальної кількості відвідувачів на сайті; CTV (clicktobuyratio) – показник відношення кількості відвідувачів, які прийняли рішення до загальної кількості відвідувачів сайту; охоплення (Reach) – показник унікальних користувачів на сайті; пред'явлення (Impression) – показник загального показу баннерів; частота (Frequency) – показник середньої частоти показу баннера відносно до одного споживача.

Основними перевагами реклами в мережі Інтернет є: тематичний таргетинг; ре-таргетинг (націленість показів на певну цільову аудиторію). Найбільш успішною онлайн-рекламою є контекстна реклама (баннер, посилання).

Оцінку ефективності рекламної компанії необхідно проводити до початку відкриття самої компанії. Основними рисами успіху інтернет-маркетингу є: склад аудиторії; вартість розміщення; інформація; зміна впливу; подання аудиторії; успіх аналізу впливу маркетингової кампанії; мобільність; простота у використанні.

Вважається, що інтернет-реклама визначається поширенням різних груп споживачів та витратами на рекламу. Менеджери з маркетингу повинні зосередитися на нових каналах зв'язку та дотримуватися основних принципів інвестування для досягнення інвестиційних цілей, щоб чітко пояснити, вибрати та використовувати економічні системи управління ризиками та управління ефективністю результатів. Для оптимізації інвестицій, які мають різні терміни окупності на різних рекламних сайтах бажано розділяти стратегічні цілі і чітко виділяти цілі цієї реклами.

Найважливішими показниками для банерної реклами є місце розташування банера на сайті і розмір реклами. Основним правилом вигідного розташування банера на сайті, є: банер не повинен бути відрізаний від контенту.

Коли ви рекламуєте в Інтернеті, вам слід розглянути наступні функції:

- популярність джерела, діапазон цільової аудиторії, назви та наявність конкурентних місць;
- місцезнаходження (розділ на сайті);
- витрати на розміщення;

Переваги інтернет-маркетингу досягаються за рахунок:

- тематичного таргетингу;
- ре-таргетингу (націленості показів на унікальних користувачах).

Отже, для завершення оцінки рентабельності бізнес-умов на ринку, який постійно змінюється, важливо використовувати сучасні маркетингові інструменти, які дозволяють заощаджувати та ефективно використовувати фінансові ресурси. Інтернет-реклама, коли вона розглядається як інвестиційний проект, є одним з найбільш успішних проектів розвитку бізнесу в 2018 році.