

УДК 659.1:004.738.5

## **ВИДЫ РЕКЛАМЫ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ**

*Скребло Я.В., студент гр.774002*

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь*

*Шкор О.Н. – старший преподаватель*

**Аннотация.** Маркетологи всегда должны находить инновационные способы удовлетворения потребностей своих клиентов. Когда дело доходит до разработки плана для клиента, digital-маркетологам важно понимать, какой тип онлайн-рекламы наиболее эффективен для конкретного клиента. В данной статье будут рассмотрены наиболее распространенные виды интернет-рекламы и их основные различия.

**Ключевые слова.** digital-маркетинг, интернет-реклама, контент-маркетинг, email-маркетинг, электронный маркетинг, SEM, SMM.

Реклама в интернете (англ. internet advertising) — это комплекс инструментов, которые компании используют для продвижения бренда и повышения продаж [1]. Интернет-реклама - это искусство использования Интернета в качестве средства доставки маркетинговых сообщений определенной и целевой аудитории. Это полезно для привлечения посещаемости веб-сайта и узнаваемости бренда, но, прежде всего, онлайн-реклама предназначена для того, чтобы убедить целевого клиента совершить определенное действие.

Существует много различных видов интернет-рекламы. Реклама в социальных сетях, контент-маркетинг, рекламная рассылка, SEM (реклама в поисковых системах) - включая PPC, медийная реклама - включая баннерную рекламу и ретаргетинг, мобильная реклама - наиболее важные виды интернет-рекламы, которые следует рассмотреть.

#### 1. Реклама в социальных сетях

После того, как компания разработала четкую стратегию маркетинга в социальных сетях, она может начать рассматривать рекламу в социальных сетях. Большинство сайтов социальных сетей теперь легко позволяют рекламодателям использовать свой охват и продвигать свои продукты на платформе. Они также используют хорошие инструменты аналитики для оценки успешности сделанных инвестиций. Это может включать в себя продвигаемый твит или публикацию, продвижение пользовательского контента или даже целую кампанию, которая публикуется в нескольких социальных сетях.

#### 2. Контент-маркетинг

Контент-маркетинг - еще один отличный способ донести бренд и послание до нужных людей. Его основная цель - привлечь органический трафик на веб-сайт за счет улучшения его SEO, но как только у бренда появляется стратегия и контент, он может увеличить его охват и вовлеченность, заплатив за контент, который будет отображаться на соответствующих веб-сайтах. Платная реклама может помочь увеличить рентабельность инвестиций в контент-маркетинг - то есть без продвижения затраты на производство часто могут перевешивать потенциальную прибыль.

Нативная реклама, форма платных СМИ, - это умный способ создания рекламы, которая следует теме сайта, на которой она размещена, т.е. она намеренно спроектирована так, чтобы выглядеть как медиа там, где она появляется, и иногда называется рекламной или спонсируемый контент.

#### 3. Email-маркетинг

Email-маркетинг представляет собой простой и эффективный метод продвижения товаров и услуг в интернете, не требующий серьезных затрат. Массовая рассылка писем позволяет пользователям всегда быть в курсе актуальных предложений, стимулируя их интерес к бренду и увеличивая процент повторных продаж [2]. Email-маркетинг должен быть неотъемлемой частью онлайн-общения, поскольку это важный способ поддерживать связь компании с существующими клиентами.

#### 4. Маркетинг в поисковых системах (SEM)

Маркетинг в поисковых системах предназначен для увеличения видимости веб-сайта на страницах результатов поисковых систем (SERP) за счет оплаты его отображения в поисковых системах, таких как Google. Его не следует путать с SEO (поисковой оптимизацией), которая представляет собой искусство появляться как можно выше в поисковых системах без необходимости платить за это. SEM часто называют PPC (оплата за клик) и может использоваться, например, в Google Adwords или Microsoft Bing Ads. Эффективность инвестиций обычно измеряется CPC (цена за клик) или CPI (цена за показ).

#### 5. Медийная реклама

Медийная реклама - это когда реклама, обычно состоящая из фирменных фотографий, видео, графики или мультимедийного контента, размещается на сторонних веб-сайтах, которые при нажатии на них перенаправляют пользователя обратно на собственный веб-сайт рекламодателя. Важно учитывать путь, который совершает пользователь, когда нажимает на объявление, поскольку привлечение веб-трафика, который не конвертируется в бизнес, было бы пустой тратой времени, усилий и денег, потому что пользовательский интерфейс на целевой странице не был должным образом продуманный.

Один из самых безопасных способов рекламы в Интернете - это тщательно отобранные места размещения на веб-сайтах, которые дополняют позиционирование вашего бренда. Это означает, что пользователь всегда будет появляться на сайтах, на которых действительно хочет быть, а не на сайтах, выбранных сторонней платформой. Это может занять много времени, поэтому другие

альтернативы включают «контекстный таргетинг», который представляет собой автоматизированный процесс выбора релевантных веб-сайтов на основе желаемых ключевых слов, и «тематический таргетинг», который представляет собой выбор сайта на основе наличия схожего контента.

Одна из наиболее эффективных форм медийной рекламы - это ретаргетинг, или, как его еще называют, ремаркетинг. В отличие от других рекламных баннеров, ретаргетированная реклама показывается пользователям, которые уже посетили веб-сайт компании или являются существующим контактом в ее базе данных.

#### 6. Мобильная реклама

Поскольку многие проводят большую часть дня с использованием смартфонов, неудивительно, что рекламодатели используют мобильную рекламу для охвата своих клиентов. Однако этот способ сбыта товаров и услуг становится все более регулируемым, поэтому к нему следует подходить с осторожностью. Различные виды мобильного маркетинга включают рекламу через мобильные приложения, push-уведомления, SMS / текстовые сообщения и MMS.

Интернет-реклама в настоящее время составляет все большую часть общего годового маркетингового бюджета, поэтому не следует упускать из виду ее важность. Интернет-реклама должна быть ориентирована на желаемые цели и стимулировать аудиторию. Важно работать с компанией, чтобы эффективно планировать их усилия по размещению рекламы в Интернете, чтобы она включала в себя послание бренда и в то же время обеспечивала максимальную отдачу. Тем не менее, потребители все чаще сталкиваются с нежелательной интернет-рекламой, поэтому важно делать рекламу качественной и интересной для интернет-пользователей.

#### **Список использованных источников:**

1. Что такое реклама в интернете? // SendPulse [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://sendpulse.by/support/glossary/advertising>— Дата доступа: 25.03.2021.
2. Email-маркетинг // mediaplans [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.mediaplans.net/ru/uslugi/strategiya/email-marketing/>— Дата доступа: 24.03.2021.