

## Интернет как инструмент рекламы в сфере взаимодействия клиентов и продавцов

Бекмухамедова Б.У., ст. преподаватель кафедры «Экономика»  
Гулистанский Государственный Университет(Узбекистан)

**Аннотация.** В век информационных технологий сфера взаимодействия клиентов и продавцов переместилась в интернет. И это логично, ведь ежедневно 5 млрд людей на планете заходят в сеть. В связи с этим в последнее время все более популярной становится реклама в интернете. SMM-продвижение идеально подходит для компаний, которые спешат привлечь внимание к бренду, адаптировать его и популяризировать. Современные бизнес-структуры и частные предприниматели активно используют социальные сети для продвижения своих продуктов и услуг. Это вполне естественно, потому что социальные сети являются идеальной рекламной площадкой. Здесь люди проводят много времени, они раскрывают свои интересы, передают информацию друзьям, знакомятся с новостями.

**Ключевые слова:** интернет-реклама медийная реклама, контекстная реклама, реклама в социальных сетях, поисковое продвижение, пресс-релизы, таргетинг

## Internet as a tool for advertising in the field of customer and seller interaction

Bekmuhamedova B.U., Senior teacher of the department "Economics"  
Gulestan State University

**Annotation.** In the age of information technology, the sphere of interaction between customers and vendors has moved to the Internet. And this is logical, because every day 5 billion people on the planet enter the network. In this regard, in recent years, advertising on the Internet has become increasingly popular. SMM promotion is ideal for companies that are in a hurry to draw attention to the brand, adapt it and promote it. Modern business structures and private entrepreneurs actively use social networks to promote their products and services. This is quite natural, because social networks are an ideal advertising platform. Here people spend a lot of time, they reveal their interests, pass on information to friends, and get acquainted with the news.

**Keywords:** Internet advertising display advertising, contextual advertising, advertising in social networks, search engine promotion, press releases, targeting

Новые возможности в области рекламы требуют своеобразного подхода и особых решений. Значительное влияние на принятие решения об использовании Интернет как еще одного инструмента рекламы оказывает дешевизна публикаций в Сети по сравнению с печатными и телевизионными СМИ. Если тиражирование буклета может обойтись в сотни долларов, то размещение сайта может быть и бесплатным. Интернет практически не накладывает ограничений на объем предоставляемой информации.

Интернет-реклама — это различные виды рекламных сообщений, размещаемые рекламодателями в сети Интернет. Основные особенности интернет-рекламы — быстро корректировать рекламные носители, расписание показов, а также возможность отслеживать действия пользователей на сайте и оценивать эффективность рекламы.<sup>1</sup>

Лео Бернетт, являвшийся главой одной из крупнейших в свое время рекламных компаний «Leo Burnett Company», однажды сказал: «Реклама — это способность чувствовать и передавать сердцебиение бизнеса словами, на бумаге и в чернилах». И спорить о силе воздействия на потребителей убедительных слоганов, заголовков, емких статей, остроумных фраз маркетологов не приходится.

Стоит отметить, что в век информационных технологий сфера взаимодействия клиентов и продавцов переместилась в интернет. И это логично, ведь ежедневно 5 млрд людей на планете заходят в сеть. В связи с этим в последнее время все более популярной становится реклама в интернете.

Основные виды рекламы в интернете следующие:<sup>2</sup>

- медийная
- контекстная
- реклама в социальных сетях
- поисковое продвижение
- пресс-релизы

**Медийная, или баннерная реклама.** Этот вид интернет-рекламы подразумевает размещение текстовых или графических материалов на сайтах, форумах и порталах. Одно из главных достоинств баннера в том, что он содержит анимацию, которая обычно отлично привлекает внимание посетителей. Кроме того, баннер, как правило, содержит гиперссылку на раскрываемый ресурс, за счет чего активно привлекается целевой трафик.

Среди прочего, медийная реклама обеспечивает широкий охват аудитории. С помощью нее можно быстро увеличить объемы продаж уже хорошо известных брендов, а также продвигать новые продукты и услуги. В настоящее время специалисты широ-

<sup>1</sup> Джон Кейплз «Проверенные методы рекламы»

<sup>2</sup> Джон Кейплз «Проверенные методы рекламы»

ко применяют баннерную рекламу при проведении различных промоакций и при раскрутке брендов.

Баннеры могут размещаться на сайте как посредством специальных сервисов, то есть централизованно, так и в индивидуальном порядке: методом приобретения определенного рекламного места на отдельных ресурсах. Цена 1000 показов может варьироваться, исходя из тематики, вида баннера, самой рекламной площадки и места положения блока на странице.

**Контекстная реклама.** Как и прочие виды рекламы в интернете, контекстная реклама служит, в первую очередь, для привлечения и увеличения числа потенциальных клиентов.

Она представляет собой текстово-графический или текстовый блок, который отображается с учетом контента рекламной площадки. Блоки контекстной рекламы могут публиковаться:

- на страницах поисковых систем (в таком случае они подбираются согласно поисковым запросам, вводимым пользователями);

- на площадках, которые участвуют в рекламных сетях (в такой ситуации контекстная реклама подбирается согласно тематике сайта).

Такой вид интернет-рекламы отлично подходит для стимулирования продаж товаров и услуг широко известных брендов. Среди главных преимуществ контекстной рекламы можно назвать:

- демонстрация блоков уже заинтересованной аудитории (это происходит путем установки гибких настроек таргетинга в Google AdWords, Яндекс.Директ и иных сервисах);

- плата взимается за клик по объявлению;
- лояльность пользователей, воспринимающих такую рекламу как часть информации на площадке;
- оперативное отслеживание результатов рекламной кампании.

**Поисковое продвижение.** Итогом услуги SEO-продвижения является нахождение раскручиваемого сайта в топ-10 выдачи поисковых систем. SEO подразумевает комплекс мероприятий по внутренней и внешней оптимизации сайта, осуществляемых командой оптимизаторов. Преимуществом продвижения в сети является то, что пользователи, как правило, относятся с большим доверием к сайтам, которые находятся на первой странице поисковой выдачи.

**Пресс-релизы.** Не менее интересным видом рекламы в интернете является публикация пресс-релизов на известных тематических и новостных площадках, или статейное продвижение. При этом стоит понимать, что публиковать подобные материалы нужно только на страницах с высокой посещаемостью, и что это влечет за собой значительные финансовые затраты. Однако эффективность такой рекламы с лихвой окупает их. Поэтому если необходимо сообщить большому числу людей о новом бренде, открытии кафе, филиала, магазина, то лучше варианта, чем пресс-релиз не найти. К тому же у вас есть возможность отсеивать аудиторию в зависимости от географического расположения рекламируемого объекта. Для этого нужно публиковать пресс-релизы на региональных порталах.<sup>3</sup>

**Реклама в социальных сетях.** Данный способ рекламы развивается в настоящее время самым стремительным образом. Он может быть организован несколькими способами:

- Путем размещения баннерных и контекстных объявлений на страницах пользователей. При этом оплата осуществляется только за число показов объявлений или же за число кликов по нему.

- Путем создания тематических сообществ с активным привлечением в него подписчиков, то есть заинтересованной публики потенциальных потребителей. Стоит отметить, что с данной аудиторией впоследствии можно весьма эффективно взаимодействовать, сообщая о грядущих акциях, новинках в товарном ряду, перечне услуг и т.д.

SMM-продвижение идеально подходит для компаний, которые спешат привлечь внимание к бренду, адаптировать его и популяризировать. Современные бизнес-структуры и частные предприниматели активно используют социальные сети для продвижения своих продуктов и услуг. Это вполне естественно, потому что социальные сети являются идеальной рекламной площадкой. Здесь люди проводят много времени, они раскрывают свои интересы, передают информацию друзьям, знакомятся с новостями.<sup>4</sup>

Благодаря этому маркетологи могут быстро определять целевых потребителей, легко формировать лояльную среду потенциальных покупателей и быстро распространять рекламную информацию. В таких условиях эффективность таргетинга очень высока. Маркетологи агентства LuxSite, используя специальные настройки, добиваются максимальной результативности smm рекламы и повышают коэффициент конверсии при минимальных затратах.

Реклама в социальных сетях — это мощный маркетинговый инструмент, потому что охватывает широкий круг целевых потребителей, действуя крайне избирательно. Её видят люди заинтересованные, лояльно настроенные, а также предрасположенные к покупке конкретного продукта или услуги.

Например, реклама в соцсетях элитной косметической продукции демонстрирует высокие показатели конверсии, если её настраивают на определённый круг подписчиков:

- женского пола;
- возраста от 20 до 50 лет;
- именинников, юбиляров;

определённого социального статуса (банковские работники, косметологи, артистки или домохозяйки на достаточном обеспечении).

Двигаясь по этой простой схеме без дополнительных затрат времени и денег, можно добиться максимально точного попадания в цель. Это очевидный факт, поэтому в настоящее время реклама в интернете — это широкая успешная практика, которая славится эффективностью, обладает спецификой и тонкостями в зависимости от того, на каких ресурсах применяется.

<sup>4</sup> Джонатан Бонд, Ричард Киршенбаум «Охота на циничного покупателя»

<sup>3</sup> Эл. Райс и Джек Траут «Позиционирование битва за узнаваемость»

**Литература:**

1. Джон Кейплз «Проверенные методы рекламы»
2. Джонатан Бонд, Ричард Киршенбаум «Охота на циничного покупателя»
3. Эл. Райс и Джек Траут «Позиционирование битва за узнаваемость»