

УДК 004**DOI: 10.34670/AR.2021.43.87.027****Инструменты реализации рекламных кампаний в сети Интернет****Шабает Магомед Баймарзович**

Студент,
Чеченский государственный университет,
364049, Российская Федерация, Грозный, ул. Кирова, 47;
e-mail: lashabaev95@gmail.com

Матыгов Мовсар Мусаевич

Ассистент,
кафедра программирования и инфокоммуникационных технологий,
Чеченский государственный университет,
364049, Российская Федерация, Грозный, ул. Кирова, 47;
e-mail: matygov.movsar@gmail.com

Аннотация

В данной статье рассматриваются актуальные вопросы, связанные с рекламой в сети Интернет. Анализируется, какие виды рекламы можно встретить на просторах глобальной сети, каковы их особенности, насколько они эффективны. Даны общие рекомендации по продвижению рекламы. Авторы отмечают, что в настоящее время Интернет представляет собой не только средство коммуникации, благодаря которому люди из разных точек планеты могут связываться друг с другом в любое время, но и платформу, представляющую широкие возможности для заработка. Одним из самых популярных способов заработка в Интернете является размещение рекламы. Существуют разные виды рекламы в сети, знание об их особенностях, преимуществах и недостатках необходимо для успешного развития собственного бизнеса.

Для цитирования в научных исследованиях

Шабает М.Б., Матыгов М.М. Инструменты реализации рекламных кампаний в сети Интернет // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2020. Том 10. № 10А. С. 263-267. DOI: 10.34670/AR.2021.43.87.027

Ключевые слова

Реклама, Интернет, продвижение, SEO, сеть, аудитория, сайт.

Введение

Современный мир уже невозможно представить без использования сети Интернет. Интернет представляет собой глобальный источник информации, общемировое средство коммуникации. Вместе с тем Интернет – это самый популярный способ получения прибыли и дохода. На просторах сети заключаются сделки, общаются люди, организуются мероприятия, люди зарабатывают деньги. Интернет предоставляет широкие возможности для развития бизнеса и интернет-рекламы. Поэтому крайне важной становится осведомленность о том, какие виды рекламы в Интернете существуют, в чем их особенности и преимущества, основные характеристики, только тогда можно будет выбрать подходящий вариант для продвижения товара или услуги.

Основная часть

Самый первый вид рекламы в сети представлял собой афишу на сайте, которая чаще всего находилась сбоку от основного контента. Данный вид рекламы и сегодня и активно используется. Оплата идет либо за количество показов, либо за количество кликов, в зависимости от сайта, на котором реклама расположена. Минус в том, что «кликабельность» такой афиши равна примерно 0,01%, и половина из этих кликов – случайные. Получается, что деньги заплачены, а дохода от рекламы нет.

Сейчас почти у каждого есть страничка в таких социальных сетях, как ВКонтакте, Facebook или Instagram. Социальные сети дают возможность разместить объявление в сообществе, продвигать рекламную запись или заказывать таргетированное объявление. Суть последнего состоит в том, что оно нацелено на определенную аудиторию, заданную параметрами (возраст, пол, семейное положение). С предложением о размещении рекламы можно обратиться к блогерам. Правда, целесообразность такой рекламы весьма спорная. Цена и качество могут не соответствовать ожиданиям. К тому же требуется найти исполнителя с соответствующей аудиторией. Если в блоге для домохозяек проскочит реклама автомобильных шин, вряд ли она принесет большой успех [Вебер, 2010].

Контекстная реклама представляет собой именно те объявления, которые первыми появляются на запрос в поисковой системе. Контекстной она называется потому, что слова запроса содержатся на рекламируемом сайте. Здесь работает принцип Pay Per Click (PPC), то есть оплата идет за количество переходов по ссылке. Разновидностью такого вида рекламы является геоконтекстная реклама. Название говорит само за себя: результат основан на местоположении пользователя и будет показывать в приоритете объявления, соответствующие его локации.

Аббревиатура SEO означает Search Engine Optimization – совокупность работ по оптимизации сайта с целью поднятия его позиции в результатах поиска. Проще говоря, сайт оформляется таким образом, что поисковая система сама выдает его первым в списках.

Принцип ремаркетинга заключается в повторе уже просмотренного товара или услуги. Стоит учитывать тот факт, что он рассчитан не на привлечение новых заинтересованных людей, а на повторение тем, кто уже знаком с сайтом. Если он по каким-либо причинам не понравился или не подошел посетителю, то «преследование» рекламой может раздражать и оттолкнуть еще больше.

Товарные объявления (товарная галерея) представляют собой своеобразные карточки-

изображения товара. Их можно увидеть в верхней или боковой части поискового результата [Бове, Арнс, 2001]. Эффективность такой рекламы, конечно, выше, чем у текстовой, хотя бы потому что происходит визуализация товара еще на начальной стадии поиска и выглядит это интереснее, чем просто текст со ссылкой, что видно по изображению.

Первая ассоциация с видеорекламой – Youtube. Один из самых популярных видеохостингов. В то же время использовать видеорекламу можно и в социальных сетях, и в блогах других людей. Эффективность данного метода достигается за счет того, что за короткое время (небольшой ролик) человек узнает наглядно и лаконично о главном, задействуются несколько органов чувств.

Всплывающие окна (pop-up) выглядят примерно так: человек заходит на сайт, начинает читать, смотреть, и тут на все окно браузера, блокируя пространство вокруг себя, выскакивает окно «важного и нужного» предложения. Это считается видом агрессивной рекламы, которая, однако, при правильном использовании может быть эффективнее других баннеров в 13 раз.

Push-уведомления – еще один вид всплывающего окна на сайте, только с запросом на разрешение или запрещение рассылки уведомлений. При оформлении подписки соответствующие информационные оповещения со ссылкой на источник появляются на рабочем столе пользователя.

Вирусная реклама называется еще сарафанным радио. Есть несколько видов такого распространения информации. Основными из них являются следующие: естественный, когда человек делится своим реальным опытом, понравившейся услугой или товаром; авторитетный, когда информация исходит от влиятельной личности; поощрительный – сделай репост, поучаствуй в акции, получишь приз [Мендиев, Дубаева, 2019]. Суть в том, чтобы реклама выглядела как можно более непринужденной, как бы невзначай. Некоторые компании прибегают к покупке таких отзывов и комментариев. Когда человек, совершенно не имеющий отношения к товару или услуге, пишет положительную рекомендацию.

Email-рассылка рассчитана на информирование уже заинтересованной аудитории, так как для этого человек, заполняя соответствующую форму, дает согласие на получение новостных писем. Этот способ рекламы считается относительно дешевым, но эффективным. Хорошо подходит для работы с наработанной базой клиентов.

Заказ услуги позволяет заказать продвижение сайта у знающих людей. Интернет переполнен предложениями о продвижении сайтов.

Заключение

Таким образом, сеть Интернет является самым популярным способом получения прибыли и дохода. На просторах сети заключаются сделки, общаются люди, организуются мероприятия, люди зарабатывают деньги. Интернет предоставляет широкие возможности для развития бизнеса и интернет-рекламы. Поэтому крайне важно знать, какие виды рекламы в сети существуют, в чем их особенности и преимущества, основные характеристики, только тогда можно будет выбрать подходящий вариант для продвижения товара или услуги.

Даже обращаясь к помощи профессионалов, следует совмещать разные варианты и использовать несколько видов рекламы, анализировать, какие методы эффективнее именно для данного сайта, не останавливаться на достигнутом.

Библиография

1. Александровский С.В., Казанькова Н.В. Инструменты digital-маркетинга в практике микро-, малого и среднего бизнеса // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2015. № 3. С. 206-216.
2. Амирова Д.Р., Запорожец О.И. Социальный медиа-маркетинг как эффективный инструмент продвижения // Вестник Евразийской науки. 2019. Т. 11. № 2. С. 3-8.
3. Басов А. Контекстная реклама в Интернете. Настольная книга рекламиста. СПб.: Питер, 2009. 224 с.
4. Бове К.Л., Аренс В.Ф. Современная реклама. М.: Издательский дом Довгань, 2001. 784 с.
5. Вакурова Н.В., Голубева К.А., Каспарова Д.А. Мерчендайзинг как особая технология маркетинга // Вестник университета. 2017. № 1. С. 38-42.
6. Вебер Л. Эффективный маркетинг в Интернете. М., 2010. 320 с.
7. Воронюк А., Полищук А. Актуальный интернет-маркетинг. Киев, 2018. 160 с.
8. Магомедов И.А., Шамханович Д.Х., Вахаевна В.М. Внедрение информационно-коммуникационных технологий в сферы бизнеса // Сборник научных статей по итогам работы второго международного круглого стола «Современная мировая экономика: проблемы и перспективы в эпоху развития цифровых технологий и биотехнологии». М., 2019. С. 70-73.
9. Мендиев А.У., Дубаева М.С. Использование интернет-технологий в маркетинге // Сборник научных статей по итогам работы третьего международного круглого стола «Современная мировая экономика: проблемы и перспективы в эпоху развития цифровых технологий и биотехнологии». М., 2019. С. 190-191.
10. Халиев М.С-У., Тадаев С-Х. Прогресс в развитии информационных технологий // Материалы VII Международной научно-практической конференции «Современная мировая экономика: проблемы и перспективы в эпоху развития цифровых технологий и биотехнологии». М., 2019. С. 106-108.

Tools for implementing advertising campaigns in Internet

Magomed B. Shabaev

Student,
Chechen State University,
364049, 47 Kirova st., Grozny, Russian Federation;
e-mail: lashabaev95@gmail.com

Movsar M. Matygov

Assistant,
Department of programming and infocommunication technologies,
Chechen State University,
364049, 47 Kirova st., Grozny, Russian Federation;
e-mail: matygov.movsar@gmail.com

Abstract

This article discusses topical issues related to Internet advertising. The authors analyze what types of advertising can be found on the vastness of the global network, what are their features, how effective they are. General recommendations for advertising promotion are given. The authors note that at present the Internet is not only a means of communication, thanks to which people from different parts of the world can communicate with each other at any time, but also a platform that provides ample opportunities for earning. Internet is the most popular way to generate profits and income. In the vastness of the network, deals are made, people communicate, events are organized, and people earn money. One of the most popular ways to make money online is advertising. There

are different types of online advertising, knowledge of their features, advantages and disadvantages is necessary for the successful development of our own business. The authors conclude that even turning to the help of professionals, one should combine different options and use several types of advertising, analyze which methods are more effective for this particular site.

For citation

Shabaev M.B., Matygov M.M. (2020) Instrumenty realizatsii reklamnykh kampanii v seti Internet [Tools for implementing advertising campaigns in Internet]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 10 (10A), pp. 263-267. DOI: 10.34670/AR.2021.43.87.027

Keywords

Advertising, Internet, promotion, SEO, network, audience, website.

References

1. Aleksandrovskii S.V., Kazan'kova N.V. (2015) Instrumenty digital-marketinga v praktike mikro-, malogo i srednego biznesa [Digital marketing tools in the practice of micro, small and medium business]. *Marketing i marketingovye issledovaniya* [Marketing and marketing research], 3, pp. 206-216.
2. Amirova D.R., Zaporozhets O.I. (2019) Sotsial'nyi media-marketing kak effek-tivnyi instrument prodvizheniya [Social media marketing as an effective promotion tool]. *Vestnik Evraziiskoi nauki* [Bulletin of Eurasian Science], 11 (2), pp. 3-8.
3. Basov A. (2009) *Kontekstnaya reklama v Internete. Nastol'naya kniga reklamista* [Contextual advertising on the Internet. Handbook of the advertiser]. Saint Petersburg: Piter Publ.
4. Bove K.L., Arens V.F. (2001) *Sovremennaya reklama* [Modern advertising]. Moscow: Izdatel'skii dom Dovgan' Publ.
5. Khaliev M.S-U., Tadaev S-Kh. (2019) Progress v razvitii informatsionnykh tekhnologii [Progress in the development of information technologies]. In: *Materialy VII Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii "Sovremennaya mirovaya ekonomika: problemy i perspektivy v epokhu razvitiya tsifrovyykh tekhnologii i biotekhnologii"* [Proc. Int. Conf. "Modern World Economy: Problems and Prospects in the Era of Digital Technologies and Biotechnology"]. Moscow, pp. 106-108.
6. Magomedov I.A., Shamkhanovich D.Kh., Vakhaevna V.M. (2019) Vnedrenie informatsionno-kommunikatsionnykh tekhnologii v sfere biznesa [Implementation of information and communication technologies in business]. In: *Sbornik nauchnykh statei po itogam raboty vtorogo mezhdunarodnogo kruglogo stola "Sovremennaya mirovaya ekonomika: problemy i perspektivy v epokhu razvitiya tsifrovyykh tekhnologii i biotekhnologii"* [Collection of scientific articles "Modern world economy: problems and prospects in the era of development of digital technologies and biotechnology"]. Moscow, pp. 70-73.
7. Mentsiev A.U., Dubaeva M.S. (2019) Ispol'zovanie internet-tekhnologii v marketinge [The use of Internet technologies in marketing]. In: *Sbornik nauchnykh statei po itogam raboty tret'ego mezhdunarodnogo kruglogo stola "Sovremennaya mirovaya ekonomika: problemy i perspektivy v epokhu razvitiya tsifrovyykh tekhnologii i biotekhnologii"* [Collection of scientific articles based on the results of the third international round table "Modern world economy: problems and prospects in the era of digital technologies and biotechnology"]. Moscow, pp. 190-191.
8. Vakurova N.V., Golubeva K.A. Kasparova D.A. (2017) Merchendaizing kak osobaya tekhnologiya marketinga [Merchandising as a special marketing technology]. *Vestnik universiteta* [University Bulletin], 1, pp. 38-42.
9. Veber L. (2010) *Effektivnyi marketing v Internete* [Effective marketing in Internet]. Moscow
10. Voronyuk A., Polishchuk A. (2018) *Aktual'nyi internet-marketing* [Actual Internet marketing]. Kiev.