# 8.3. Інтернет реклама

Одним з найефективніших видів реклами в наші дні вважається Інтернет-реклама. Цей ринок відрізняє стабільне зростання. Саме Інтернет-реклама дозволяє оперативно інформувати споживачів і отримувати миттєвий відгук, її реальну ефективність легко проаналізувати, у порівнянні з багатьма іншими видами реклами розміщення в Інтернеті обходиться дешевше.

Для просування своєї компанії в Інтернеті недостатньо створити зручний і функціональний сайт - потрібно зробити так, щоб потенційні клієнти про нього дізналися. Першим кроком для підвищення відвідуваності сайту і в кінцевому підсумку підвищення продажів продукту повинна стати реклама.

Важливо розробити дієву маркетингову стратегію, проаналізувати види реклами в Інтернеті і вибрати ту, яка найкраще відповідає цілям сайту. Вибір типу реклами, планування процесу її показу, розробка стратегії для досягнення поставлених цілей - все це входить в поняття медіапланування. Медіапланування містить вибір виду реклами, каналу поширення, термінів проведення рекламної кампанії, її вартість і можливі варіанти оплати, а також прогнозування ефективності.

Перш ніж почати розміщувати рекламу в Інтернеті, потрібно дуже точно визначити свою цільову аудиторію. Помилка на цьому етапі може критично зменшити ефективність рекламної кампанії. Важливо представляти стать, вік, доходи та інтереси потенційних відвідувачів.

* **Цільова аудиторія.** Від цільової аудиторії залежить вибір типу реклами і місце її розміщення. Наприклад, рекламувати товари для молоді краще в соціальніх мережах. При цьому важливо пам'ятати, що клієнт і споживач товарів і послуг - це не завжди одне і те ж. Наприклад, ювелірні прикраси носять, в основному, жінки, проте, купують їх частіше чоловіки. У літні табори їздять школярі, але вибирають і оплачують путівки їхні батьки.
* **Бюджет рекламної кампанії**. Вартість видів реклами різниться, і стратегія розробляється виходячи не тільки із завдань, але і їх можливостей.
* **Мета**. Визначення цілей рекламної кампанії - важливий крок. Підвищення впізнаваності бренду, увага до акції, просування нового продукту, збільшення відвідуваності сайту чи продажів. Для кожної мети є свої інструменти.

Найбільшого ефекту можна домогтися, грамотно поєднуючи різні типи реклами в Інтернеті.

## Види реклами в Інтернеті

Розмежувати види Інтернет-реклами можна виходячи з таких критеріїв:

* **За типом контенту.** Реклама може бути текстовою, графічною (статичні і анімовані банери), у вигляді аудіо- та відеороликів.
* **За технологією доведення інформації до користувача** розрізняють контекстну рекламу (текстові блоки в пошуковій видачі), пряму розсилку, за якої рекламні повідомлення надсилаються безпосередньо до групи користувачів, статичну рекламу на тематичних сайтах (банер, відеоролик або рекламна стаття) та ін.
* **За типом майданчика.** Реклама в Інтернеті може розміщуватися в соцмережах у вигляді рекламних блоків або комерційних постів в спільнотах, у відеоагрегаторах (відеоролик, що втілений у нерекламне відео), в пошуковій видачі.
* **За форматом доведення** розрізняють нативну (природню) рекламу, що замаскована під нерекламний контент, пряму рекламу, яка прямо закликає купити товар, і приховану. Не слід плутати нативну і приховану рекламу. Нативна реклама може імітувати контент певного ресурсу, проте, в ньому завжди присутня інформація про те, що цей матеріал є рекламним.

Приведена класифікація є умовною, тому, деякі типи реклами можуть потрапляти відразу в кілька категорій. Наприклад, нативна реклама може бути текстовою або відеорекламою, пряма реклама може розсилатися до користувачів або публікуватися в соціальних мережах і так далі. Вибір виду реклами в значній мірі залежить від маркетингових цілей.

### Текстова реклама

Досить ефективний вид реклами, який представляє собою текстове оголошення (як з картинкою, так і без), що інтегроване в статтю відповідного змісту на будь-якому ресурсі. Найчастіше такий блок сприймається як складова статті і тому практично ніколи не залишається непоміченим.

### Банерна реклама

Банерна реклама - найстаріший тип реклами в Інтернеті, він досі є ефективним, хоча створено низку сервісів для блокування банерів.

Банери - це невеликі графічні або анімовані блоки, клікнувши на які, користувач переходить до сайту рекламодавця. Найчастіше банери розміщуються на сайтах і форумах. Банерна реклама особливо ефективна, коли потрібно підвищити впізнаваність бренду або вивести на ринок новий продукт. Навіть якщо користувач і не клацне на банер, він все одно його побачить, а значить, запам'ятає логотип і назву. Банери також підходять для реклами нових продуктів або короткотермінових акцій.

Один з різновидів банерної реклами - **тизер** (teaser), це рекламне повідомлення, зроблене як загадка, що містить частину інформації про продукт, але не називає рекламований товар. Тизери, зазвичай, з'являються на ранньому етапі рекламування товару і призначені для створення інтриги навколо нього. Тизери - хороший вибір для ЗМІ та інформаційних ресурсів, однак потрібно знати, що багато серйозних майданчика не розміщують тизери, та й в масовій свідомості вони асоціюються з чимось несолідним.

### Відеореклама

Відеореклама - дорогий і трудомісткий варіант, однак вона відмінно працює на просування бренду і створення позитивного іміджу. Відеоролики можуть випереджати показ інших відеоматеріалів, розміщених користувачами на відеохостингу. Відеореклама оптимально підходить для створення позитивного іміджу організації або продукту, а також для інформування про нові товари і послуги.

### Контекстна реклама

Один з найефективніших типів реклами в Інтернеті. Рекламні оголошення та банери в цьому випадку розміщуються на ресурсах, які цікаві потенційним клієнтам. Формат контекстної реклами попадає точно в цільову аудиторію (рис.1).



Рис.1. Контекстна реклама в Google

Наприклад, якщо просувається продаж продуктів харчування, контекстну рекламу буде розміщено на кулінарних ресурсах і жіночих форумах, якщо це організація турів, то реклама буде на тревел-блогах і сайтах про подорожі. Відповідність реклами до певного сайту або пошукового запиту визначається за ключовими словами – тобто, залежить від контексту сайту або пошукового запиту.

Для того, щоб контекстна реклама принесла бажаний результат, важливо правильно підібрати ключові слова. Їх повинно бути приблизно 30-40, при цьому краще уникати слів з частотою запитів вище 1000 в місяць, оскільки реклама просто загубиться в море конкурентів, і нижче 500 - є ризик, що її не побачать.

У контекстної реклами маса переваг - точне попадання в аудиторію, оплата за клік лише тих користувачів, які дійсно перейшли на сайт, можливість точного налаштування для того, щоб оголошення побачила певна група людей, швидкий результат, максимальна конверсія і невисока вартість. Все це робить контекстну рекламу придатним інструментом для будь-якого типу бізнесу - малого, середнього і великого. Вона підійде і будь-якого бюджету. Така реклама не викликає роздратування, оскільки її бачать виключно ті, хто вже зацікавлений в подібних товарах і послугах.

### Реклама в соціальних мережах і блогах

На відміну від інших методів просування сайту, цей варіант рекламної кампанії використовує ресурси соціальних мереж і блогосфери. Цей метод дозволяє створити відмінне джерело важливої, достовірної та оперативної інформації, а також розширити клієнтську базу в зв'язку з великим трафіком з сайтів соцмереж і блогів з мінімальними витратами. Також, завдяки цьому методу просування сайту можливий прямий контакт з користувачами, що надає додаткове джерело для продажу товару або послуги.

Як і контекстна реклама, рекламу в соціальних мережах бачать тільки ті, хто потенційно зацікавлений в продукті. Плюс реклами в соціальних мережах полягає в тому, що у рекламодавця є можливість визначити аудиторію і налаштувати показ оголошень за багатьма характеристиками - віком і статтю, місцем розташування, сімейним станом і інтересам. Така реклама може бути банерною - в цьому випадку банер є невеликим блоком з картинкою, заголовком, коротким описом товару і посиланням на сайт.

### Нативна реклама

Це відносно дорогий, але ефективний вид реклами в Інтернеті. Нативна реклама - це пізнавальна, оглядова або розважальна стаття, що спеціально написана для будь-якого ресурсу і повністю імітує його стилістику, але при цьому просуває певний товар, бренд або компанію.

Найчастіше користувач взагалі не може відрізнити нативну рекламу від звичайної статті, саме тому рівень довіри до такої реклами є високим. Нативну рекламу не можна заблокувати, вона розміщується там, де потенційний клієнт безумовно її помітить - на популярних ресурсах.

### Порівняння ключових характеристик різних видів реклами

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Вид реклами** | **Мета** | **Вплив на цільову аудиторію** | **Ефективність** |
| Текстова | Інформування | Залежить від багатьох чинників | Залежить від багатьох факторів |
| Банерна | Підвищення впізнаваності, продажу | Низька | Низька |
| Відео | Формування іміджу, підвищення впізнаваності | Середня | Висока |
| Контекстна | Продажі | Дуже висока | Висока |
| У соцмережах | Підвищення впізнаваності, оперативне інформування | Дуже висока | Висока |
| Нативна | Підвищення впізнаваності, продажу | Дуже висока | Висока |

Якщо у власника ресурсу мало досвіду організації рекламних кампаній в Інтернеті, краще не ризикувати бюджетом і звернутися в спеціалізоване агентство, яке проведе маркетингові дослідження, розробить стратегію рекламної кампанії і змусить працювати всі кошти, що вкладено у просування.

## Контрольні питання

1. Які фактори потрібно враховувати перед початком інтернет-реклами?
2. За якими критеріями можна поділити інтернет-рекламу?
3. Що собою представляє текстова реклама?
4. Який тип інтернет-реклами є найстаршим?
5. Перелічити переваги, що надає контекстна реклама.
6. Надати визначення поняттю «нативна реклама».

## Використані джерела

1. Реклама в інтернеті: види, приклади, можливості - <https://wezom.com.ua/blog/reklama-v-internete-vidy-i-primery>
2. Контекстна реклама — визначення, види, налаштування, вартість - <https://kokoc.com/blog/kontekstnaya-reklama/>
3. Контекстна реклама: основи і приклади - <https://seo.ru/blog/chto-takoe-kontekstnaya-reklama/>
4. Банерна реклама - <https://www.unisender.com/ru/support/about/glossary/bannernaja-reklama/>
5. Конверсія сайту - <https://www.unisender.com/ru/support/about/glossary/chto-takoe-konversiya-sayta/>
6. Гайд по відеорекламі - <https://blog.callibri.ru/chto-takoe-videoreklama>
7. Приклади реклами в соціальних мережах: керівництво по форматах реклами - <https://www.affde.com/ru/social-media-ad-examples.html>
8. Реклама в соціальних мережах: можливості для бізнесу - <https://www.promowebcom.by/analytics/articles/smm/reklama-v-sotsialnykh-setyakh-vozmozhnosti-dlya-biznesa/>
9. Нативна реклама: формати, специфіка, приклади природної реклами - <https://kokoc.com/blog/nativnaya-reklama-chto-ehto-takoe-primery/>