М.В. Чорна, д-р екон. наук, проф. *(ХДУХТ, Харків)*
К.Ю. Петленко, студ. *(ХДУХТ, Харків)*

МИСТЕЦТВО СУЧАСНОЇ РЕКЛАМИ

Для будь-якого бізнесу ефективність реклами – це потенціал майбутніх фінансових перемог.

Саме можливість перебувати в постійному контакті із споживачем та відслідковувати статистику робить інтернет-рекламу найбільш ефективним засобом, що найшвидше окупається.

SEO (пошукова оптимізація) згідно з дослідженням має найвищий відсоток охоплення цільової аудиторії та рівня конверсії. Контекстна реклама дуже ефективна, тоді як над SEO-оптимізацією потрібно попрацювати значно довше. Рентабельність такої кампанії легко вимірюється у вигляді вартості за клік .

Медійна реклама – не настільки інформативна, але також достатньо дієва, а вірусний маркетинг – найкреативніший вид реклами, який спонукає передавати вірусне відео, картинку, текст від користувача до користувача Інтернету.

Соціальний маркетинг і email-розсилка – теж дуже результативні види реклами. Таким чином можна стимулювати і повторні покупки.

Ретаргетинг – це інструмент, який може суттєво підняти конверсію внаслідок повторного показу реклами тим, що вже відвідували сайт та з тієї чи іншої причини нічого не придбали. Розрізняють три види таргетингу: за інтересами, споживацький та товарний. Ретаргетинг за інтересами розрахований на користувачів, які відвідали на сайті певну групу товарів. Споживацький підходить більше малим і середнім компаніям. Товарний ретаргетинг нагадує покупцю тільки про один конкретний продукт.

Реклама в Google приносить найбільше цільових клієнтів, але в соцмережі користувачі інтернету проводять чи не найбільше свого часу, а тому там можна напрацювати широку і в тому числі зацікавлену цільову аудиторію.

Будь-яка кампанія в Facebook, дякуючи даним про таргетинг, сегментацію та CTR оголошень, підготує вам хороший фундамент для початку рекламної діяльності в Instagram. Та необхідно пам’ятати, що потрібний постійний аналіз перш ніж передбачати, що те, що працює на одній платформі, буде працювати на іншій.

У XXI столітті інтернет-індустрія переживає бум. Організації, які застосовують Інтернет в бізнесі, а саме, для реалізації свого товару або послуг, взаємодії зі споживачами і постачальниками, економічно

ростуть швидше, збільшуючи виробничий потенціал. Найвища частка світової інтернет-торгівлі припадає на економіку Великобританії і становить 8,5% від ВВП (2,3 трлн дол.). Швидкий підйом інтернет-економіки у Великобританії – хороший показник для малих і середніх підприємств, які працюють в цьому секторі.

Згідно з дослідженнями BCG (Бостонська консалтингова група), протягом останніх трьох років доходи компаній, що використовують Інтернет в своєму бізнесі, щорічно росли на 12,5%. Інтернет-реклама – це не тільки ваша перспектива та майбутнє, це реалії сьогодення.

Ефект від реклами може наступати не відразу й бути розтягнутим у часі, він буває економічний та комунікативний. Економічна ефективність – оцінка економічної доцільності зроблених вкладень, яка залежить від комунікативної. Комунікативна ефективність визначає комунікативний вплив рекламного повідомлення на цільову аудиторію: який сформувався образ товару або фірми, запам'ятовуваність та ступінь упізнання реклами, наскільки точно передано рекламне повідомлення або наскільки воно являється новим носієм інформації, яку ще не бачили споживачі.

Надзвичайно важливою є оцінка ефективності інтернет-реклами за традиційними показниками рентабельності маркетингової діяльності, що передбачає, у першу чергу, виокремлення витрат на рекламу від загальних постійних витрат та співвіднесення їх із додатковим прибутком від маркетингової діяльності.

Комплексна оцінка ефективності інтернет-реклами може бути основою впровадження ефективної маркетингової політики та обґрунтування правильних управлінських рішень у сфері вдосконалення всієї збутової діяльності підприємства.

Мережа Інтернет є найбільш поширеним інформаційним засобом у сучасному глобальному світі, який за останні періоди збагатився новими суспільно-необхідними функціями, серед яких: реклама, організація системи пошуку, засоби взаєморозрахунків тощо. Ці та інші обставини дають можливість використання інтернет-ресурсу в маркетинговій та інших видах менеджменту та фінансово-господарській діяльності.

Використання сучасних інформаційних технологій, а особливо інтернет-реклами, є потужним джерелом підвищення ефективності просування товарів, що особливо важливо для розвитку підприємництва в нашій країні.