

Секція «ГУМАНІТАРНІЕ НАУКИ» Тези доповідей 51-ої наукової конференції молодих дослідників ОНПУ – магістрів «Сучасні інформаційні технології та телекомунікаційні мережі». / Одеса: ОНПУ, 2016, вип. 51.

ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ В СУЧАСНІЙ РЕКЛАМНІЙ КАМПАНІЇ

Марченко А. О.

Науковий керівник – доц. каф. «Документознавства та інформаційної діяльності»,

канд. філол. наук Грушевська Ю. А.

Сучасні підприємства роблять ставку на інтернет-платформу як інструмент інтернет-маркетингу, канал комунікації з потенційними споживачами свого товару чи послуги, оскільки ступінь проникнення інтернету в наше життя росте з кожним днем, а його аудиторія давно перевищила потенційну аудиторію традиційних ЗМІ.

Аналіз використання інтернет-реклами та веб-аналітики в сучасній рекламній кампанії на прикладі воркшопу агенції інтернет-маркетингу «Convert» дали можливість показати вагомість і актуальність застосування інтернет-реклами для досягнення маркетингових цілей організації.

На відміну від інших засобів рекламування інтернет-реклама має більш широкий склад постійно зростаючої цільової аудиторії та цілодобовий характер впливу, вона дозволяє оперативно інформувати користувачів; ефективно просувати свій продукт, товар, послуги; підвищити впізнаваність бренду; підтримувати лояльність. До того ж інтернет-рекламі властива гнучкість налаштування, доступна ціна (порівняно з радіо та телебаченням) та детальна вимірюваність, що забезпечуються сервісами веб-аналітики.

Застосування інтернет-реклами у роботі агенції інтернет-маркетингу «Convert» дало нам змогу розробити стратегію комунікації підприємства з аудиторією, що сприятиме оптимізації рекламних бюджетів, точнішому донесенню інформації до цільової аудиторії та як наслідок нарощуванню обсягу клієнтської бази і збільшенню впізнаваності бренду.