

Тарасова Елена Владимировна

магистрант

Вековцева Татьяна Александровна

канд. искусствоведения, доцент,

рекламный дизайнер, член Союза дизайнеров России,

член Союза молодых художников России

ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет» (НИУ)

г. Челябинск, Челябинская область

ИНТЕРНЕТ КАК СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ КОМПАНИИ И ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ НА НЕМ

***Аннотация:** в статье рассмотрены способы привлечения новых клиентов с помощью интернет-рекламы, а также продвижение рекламных агентств в сети Интернет на примере рекламной группы RADUIS.*

***Ключевые слова:** продвижение товаров, продвижение услуг, интернет-реклама, маркетинг, продажи, социальные сети, сайт.*

В последнее время наблюдается тенденция, связанная с увеличением рекламных агентств, продвигающих продукцию в сети Интернет. Своей деятельностью реклама усиливает тенденцию возрастания роли материальных интересов в жизни человека. Практически все рекламные компании имеют своё представительство в Интернете в виде страницы, группы, блока и т. д. На сегодняшний день продвижение рекламной продукции называют нечто больше, чем просто способ продажи товара путем Всемирной паутины. Интернет является самой эффективной зоной рекламы для рекламодателя. Реклама в Интернете обладает рядом преимуществ, в отличие от наружной рекламы или рекламы в средствах массовой информации [4, с. 30].

Преимущества Интернет-рекламы – высокая эффективность, большой охват аудитории, низкая стоимость, потребитель может получить информацию о товаре на сайте компании.

Продвижение рекламной компании через всемирную сеть, по сравнению с другими методами (наружная реклама, на телевидении, размещением в СМИ) намного дешевле. Приведем пример, когда человеку необходимо приобрести «рол лап» для мероприятия, первым делом он начинает искать рекламные агентства средствами интернет, которые смогут реализовать задуманное. Именно представительство в Интернете (в виде страницы, группы и т. д.) даёт рекламной компании возможность сотрудничать с новыми клиентами, а клиентам в свою очередь получить необходимый результат.

Однако, интернет реклама имеет не только преимущества, но и недостатки.

К главному недостатку интернет-рекламы относятся так называемые «подводные камни». Например, постоянная рассылка сообщений с навязчивыми текстами может произвести негативное впечатление у потенциальных клиентов.

Правильное использование рекламы в интернете сегодня повышает статусность и известность любого заказчика, отражается повышением продаж и повышенной коммуникативной активностью. В этом вопросе важно определиться с целевой аудиторией, от которой будет зависеть та или иная форма интернет-рекламы. Правильный выбор комплекса средств интернет-продвижения является одним из важных вопросов интернет-маркетинга. Интернет дает сегодня возможность многим кампаниям привлечь новых клиентов, но для этого необходимо применить методы эффективного продвижения в сети.

Интернет-маркетинг включает в себя следующие элементы:

1. Контекстная реклама. Под контекстной рекламой мы понимаем – вид размещения Интернет-рекламы, в основе которой лежит принцип соответствия содержанию интернет страницы, на которой размещается данный материал;

2. SEO (от англ. Search Engine Optimization) – это комплекс мероприятий, целью которых является улучшение позиций корпоративного сайта компании в выдаче поисковых систем по конкретным запросам;

3. Продвижение сайта – комплекс мер по обеспечению посещаемости сайта целевыми посетителями [3, с. 381–382].

Элементы интернет маркетинга имеют ряд особенностей. Товар, что продается с помощью Интернета, должен иметь достойное качество, поскольку он конкурирует с другими сайтами. Продвижение представляет собой комплекс мер, направленных на увеличение популярности как сайта, так и товара в целом в Сети и включает огромный арсенал инструментов (поисковое продвижение, контекстная реклама, баннерная реклама, e-mail маркетинг, вирусный маркетинг, работа с блогами и т. д.). Место продаж является сайт, где огромную роль играет графический дизайн и удобство использования сайта для потребителя (например, скорость, загрузки).

Рекламное продвижение средствами сети Интернет представляет собой комплексное применение инструментов интернет-рекламы и PR. В зависимости от рекламируемого объекта выбирается такой набор инструментов рекламного онлайн-продвижения, который в большей степени способен решить поставленные задачи и достичь желаемого эффекта.

Целью продвижения рекламной группы RADIUS является привлечение максимально широкой аудитории. На сегодняшний день, основной целевой аудиторией рекламной группы RADIUS является рынок B2B: типографии, рекламные агентства полного цикла, т.е. организации которые нуждаются в интерьерной и широкоформатной печати, а также в изготовлении рекламных конструкций. Однако привлечение дополнительной целевой аудитории B2C также является одной из задач рекламного продвижения.

Основные виды специализации рекламной группы RADIUS это широкоформатная и интерьерная печать любой сложности, разработка и производство наружной рекламы, разработка выставочного оборудования, комплексное оформление мест продаж. Благодаря современному печатному оборудованию в компании RADIUS можно изготовить продукцию широкоформатной и интерьерной печати. Это несомненно является отличительным качеством агентства и выгодно отличает его от конкурентов.

Рекламная группа RADIUS имеет представительство в интернете в виде сайта, а также группу в социальных сетях. На сайте полностью представлены

услуги компании, информация о специалистах, контактные данные, а также портфолио компании. Основная проблема, с которой сталкивается рекламная группа не узнаваемости компании. Потенциальные клиенты даже не догадываются о существовании рекламной группы «RADIUS».

Основными конкурентами «RADIUSA» является мастерская рекламы «Фабрика букв». «Фабрика букв» имеют также представительство в интернете. На сайте представлены услуги компании, портфолио компании, контактные данные. На сайте имеется колонка «полезная информация», где можно найти алгоритм работы организации с клиентом, инструкцию по нанесению наклеек, нужные сведения по наклейки фотообоев. Это, несомненно, является плюсом для рекламной группы. Еще одним плюсом является, наличие на сайте подробного прайса, что не мало важно для клиентов.

Для привлечения пользователей на свой сайт необходимо найти методы эффективного продвижения в сети интернет. Рекламное продвижение средствами сети интернет представляет собой комплексное применение инструментов интернет-рекламы и PR. В зависимости от рекламируемого объекта выбирается такой набор инструментов рекламного онлайн-продвижения, который в большей степени способен решить поставленные задачи и достичь желаемого эффекта.

Для эффективного продвижения рекламной группы «RADIUS» средствами сети Интернет можно предложить несколько вариантов, для достижения желаемого результата.

1. Выведение сайта «RADIUS» на информационный рынок.

Основной задачей продвижения сайта является вывод в Топ-5 по поисковым запросам. Вывод сайта в Топ-5 необходима для того, чтобы привлечь клиентов и обеспечить заметное присутствие портала в сети Интернет. Для реализации необходимо определить ключевые слова, с помощью которых клиенты смогут выйти на интернет-портал «RADIUS».

2. Контекстная реклама.

Для привлечение новых клиентов с помощью интернет-портала «RADIUS» необходимо использовать контекстную рекламу. Под контекстной рекламой мы

понимаем рекламу, соответствующая текущим интересам пользователя. Интерес определяется тем, что пользователь ищет или недавно искал в поисковой системе, либо содержанием просматриваемых им страниц. Рекламодатель сам задаёт набор ключевых слов, по которым будет показываться его объявление [1, с. 3–5]. С помощью контекстной рекламы можно решить основную задачу рекламной группы «RADIUS» – это увеличение продаж и привлечение новых клиентов.

Для эффективного функционирования данного метода, необходимо отслеживать статистику посещения сайта «RADIUS» за неделю, месяц, квартал. Таким способом, мы проанализируем посещаемость сайта и интерес к организации.

3. Постоянное обновление сайта.

Сайт необходимо обновлять новыми работами организации, чтобы сайт стал актуальным, посещаемым и эффективным. Постоянное обновление сайта будет благоприятно влиять на имидж организации.

Комплекс этих мер приводит к тому, что в компанию все чаще обращаются новые потребители. Таким образом, для эффективного продвижения рекламной группы «RADIUS» необходимо использовать выше перечисленные приемы интернет-маркетинга для привлечения новых клиентов, а также для достижения основной цели – узнаваемость рекламной группы на рынке Челябинска и Челябинской области.

Список литературы

1. Аналитическая группа департамента маркетинга компании «Яндекс» // Контекстная реклама в России: Информационный бюллетень, 2010. – С. 3–5.
2. Экономические исследования: Интернет-журнал. – №4 (11) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.erce.ru/internet-magazine/magazine/23/351/
3. Кислицына В.В. Маркетинг: Учебник для вузов. – Киров: Изд-во ВятГГУ, 2011. – С. 381–382.
4. Мудров А.Н. Основы рекламы. – 2-е изд. – М.: Магистр, 2008. – С. 30.
5. Эффективные методы продвижения сайта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.webcaum.ru/effektivnye-metody-prodvizheniya-sajta.html