

*Автор:*

**Харитонов Артём Сергеевич**

магистрант

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский

Нижегородский государственный

университет им. Н.И. Лобачевского»

г. Нижний Новгород, Нижегородская область

## **ПРОМОСАЙТ КАК СРЕДСТВО**

### **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ**

*Аннотация: на сегодняшний день рекламные объявления на радио и телевидении, реклама в печатных средствах массовой информации, различная наружная реклама несколько теряют эффективность в условиях развития и прогресса Интернета и информационных технологий. Поэтому представление компании посредством Интернета актуально для предпринимателей независимо от их сферы деятельности. Современным организациям, работающим на рынке сравнительно длительный период и предоставляющим своим клиентам множество самых разнообразных товаров и услуг, наверняка приходилось иметь дело с продвижением своего сайта и сталкиваться с проблемой его оптимизации под различные поисковые запросы одновременно. Создавая большое количество страниц на своем сайте, можно столкнуться с проблемой, что клиентам будет все сложнее найти информацию о конкретном товаре или услуге. Справиться с данной проблемой позволит создание промосайта, который будет работать параллельно, в связке с основным сайтом и позволит привести большие клиентов.*

**Ключевые слова:** сайт, промосайт, продвижение.

Промосайт – веб-проект, который создается для поддержки конкретной промоакции, мероприятия, события. Он позволяет донести необходимую информацию до большого количества потенциальных клиентов, или участников. Основной целью промосайта является привлечение внимания к событию, акции, новой

услуге. Реализуется это с помощью необычного и привлекательного дизайна, активного использования flash-элементов и технологий, необычных сервисов. Сайты такого рода обычно создают в рамках единой рекламной кампании [1].

Как правило, промосайт содержит исчерпывающую информацию о товаре (количественные, качественные характеристики и др.), бренде или акции (условия, сроки, новости, места проведения), являются хорошим инструментом для создания имиджа компании и способствуют активному продвижению того или иного товара, бренда, услуги.

Перед тем, как разрабатывать промосайт, необходимо проанализировать всю имеющуюся информацию и сопоставить её с установленными маркетинговыми задачами, например, таким как работа с потребителями посредством сбора информации о потенциальных покупателях и определения целевой аудитории (заполнение анкеты на сайте), управление ассортиментом компании, улучшение имиджа и т. д.

Если перед компанией стоит цель продвинуть новый товар или услугу, привлечь и проинформировать об этом целевую аудиторию, то создание промосайта будет наилучшим решением поставленной задачи. Посредством решения этой задачи достигается и выполнение основной цели промосайта – увеличение продаж. На сегодняшний день также широко используется создание промосайтов в рамках, ограниченных во времени рекламных кампаний для продвижения имиджевой составляющей деятельности компании.

При разработке промосайта решаются следующие цели и задачи:

- внесение вклада в формирование образа компании (бренда, продукта, услуги) в сознании пользователя и создания доверительного отношения;
- вывод на рынок нового товара или услуги;
- привлечение внимания целевой аудитории к товару, услуге;
- продвижение мероприятия, конференции или любого другого события;
- создание мотивации посетителя на приобретение товара, услуги либо совершение иного желаемого целевого действия;

- 
- обеспечение возможности распространения информации о ресурсе между пользователями;
  - увеличение охвата аудитории за счет распространения ссылок на сайт в социальных сетях, новостных порталах и т. д.;
  - в качестве вспомогательного сайта к основному эффективному сайту компании;
  - как основной информационный ресурс рекламной кампании или акции;
  - в качестве основного представительства компании в интернете, специализирующейся на узком направлении услуг или ограниченной категории товаров;
  - удержание посетителей для наиболее эффективной демонстрации преимуществ продукта и выгод от его использования;
  - дифференциация товара в глазах потребителей и отстройка от предложений конкурентов;
  - сбор важной маркетинговой информации и определение величины потенциального спроса;

Современный промосайт является мощным инструментом продвижения услуг, а также товара и имиджа компании в Интернете. Промосайт создается строго для определенной аудитории в целях эффективного воздействия на неё.

Промосайт призван оставить яркое впечатление о рекламируемом бренде, товаре или услуге, поэтому чаще всего состоит из небольшого числа страниц, наполнен интерактивными элементами, обладает уникальным дизайном с использованием корпоративного стиля и логотипа.

Он может включать в себя программные модули различной функциональности и сложности, а именно: различные блоки публикаторов, анонсов, включать систему рассылок и подписки, и более сложные модули такие, регистрация профилей и форум, всевозможные викторины, игры и розыгрыши. Промосайт, в отличие от корпоративного сайта, более привлекателен для посетителей, так как дизайн промостраницы менее формален, а также на таких страницах может допускаться некая игра слов для более интересного представления товара или

услуги. Это способствует созданию позитивного образа компании в глазах покупателей, побуждает их к действию и, тем самым, повышает уровень продаж.

Промосайт занимает хорошие позиции в результатах поисковой выдачи, так как обладает высокой релевантностью узкой группе поисковых запросов. Также на нем содержится исчерпывающая информация о продукте или услуге, понятная пользователю, обладает легкой навигацией и формой для оформления для оформления заявки на данный товар или услугу, вследствие чего достигается высокий процент конверсии посетителей в клиентов. Промосайт работает параллельно с основным сайтом компании, а также вместе с ним появляется в результатах поисковой выдачи, что увеличивает каналы коммуникации с потенциальными клиентами и положительно влияет на результаты поискового запроса, отображая меньше конкурентов рядом с сайтами компании. Таким образом повышается шанс того, что потенциальный клиент воспользуется услугой данной компании. Промосайт содержит ссылку на главный сайт компании, что увеличивает авторитет основного сайта для поисковых систем, а также может содержать контактную информацию, отличную от основного, что позволит легко измерить его эффективность.

Промостраницу можно также использовать для различных маркетинговых исследований, а именно: проводить опросы, анкетирования, изучать технические данные посетителя и организовывать площадку для общения. Все эти данные можно использовать для анализа целевой группы в интернете, выявления предпочтений покупателей, направления развития продукта и прочее. С помощью интернет-технологий промосайт позволяет близко взаимодействовать с посетителями, что позволяет компании без значительных затрат получить социально-демографический портрет потребителя (изучение целевой аудитории) и, как следствие, более эффективно осуществить рекламную кампанию, избежав ненужных затрат.

От других видов веб-ресурсов промосайты отличаются отсутствием какой-либо стандартной структуры. Структура промосайта напрямую зависит от целей,

которые преследуете компания, от идеи, которую она хочет в него вложить, выбранной концепции и уровня сложности дизайнерского решения. Существует ряд критериев, по которым можно промосайт отличить от других интернет-ресурсов: нестандартная концепция, взаимодействие с пользователями на высоком уровне, интеграция проекта в соответствии с социальными запросами, множество мультимедиа-вложений, фото, видео, возможность музыкального сопровождения.

Промосайт может существовать как несколько дней, так и несколько лет, что зависит от преследуемых целей.

Задача промосайта считается выполненной, если он может вызвать у посетителей эмоции, которые приведут к тому, что они совершают покупку или другие целевые действия [2].

### ***Список литературы***

1. Промосайт // EduMarket.ru Образование. Словарь ИТ: Интернет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.edumarket.ru/glossary/internet/2288/](http://www.edumarket.ru/glossary/internet/2288/) (дата обращения: 28.03.2017).
2. Роль промосайтов в улучшении ведения бизнеса // Landing Page Generator – платформа создания и оптимизации посадочных страниц [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.lpgenerator.ru/blog/2015/12/11/sozdanie-promo-sayta/](http://www.lpgenerator.ru/blog/2015/12/11/sozdanie-promo-sayta/) (дата обращения: 12.12.2016).