

Никитин Алексей Эдуардович

магистрант

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
экономический университет»

г. Санкт-Петербург

ПРОДВИЖЕНИЕ В DIGITAL СРЕДЕ

***Аннотация:** в статье рассматривается понятие «рекламные технологии в интернете» основные. Рассмотрены основные технологии диджитал продвижения. Сделаны выводы о функциональных возможностях интернета.*

***Ключевые слова:** рекламные технологии в интернете, контекстная реклама, SMM, SEO.*

Современный потребитель ежедневно пользуется поисковыми системами, социальными сетями, электронной почтой и многими другими возможностями интернета как для личных, так и для рабочих целей. В связи со стремительным развитием, интернет ушел за рамки развлечений и общения и стал как профессиональным инструментом с одной стороны, так и полем для развития различной коммерции с другой.

На сегодняшний день интернет – это один из крупнейших каналов коммуникации с наиболее многочисленной аудиторией, которую возможно сегментировать по различным критериям. Он стал таким явлением, которое:

- охватывает более четырёх миллиардов человек по всему миру;
- проникло во все сферы деятельности человека;
- предоставило новые способы общения с аудиторией.

Размещая рекламу в сети Интернет, рекламодатель обращается к аудитории около 90 миллионов только в России, которые посещают множество ресурсов ежемесячно. Одним из самых важных преимуществ размещения рекламы в интернете является четкая сегментация аудитории – таргетинг, т.е. нацеливание рекламных объявлений на целевую аудиторию.

Сегодня каждая серьёзная и уважающая себя и своих клиентов компания имеет, как минимум, свой сайт в интернете, на котором можно ознакомиться с информацией о деятельности компании, её услугах и стоимости на них. Во всём мире всё большее количество организаций пользуются различными возможностями в интернете, как ведущим каналом продвижения.

Очевидно, что различные интернет ресурсы – это один из наиболее эффективных рекламных и PR-инструментов. Стремительно развиваясь и охватывая все большую аудиторию, они объединили возможность людей просматривать рекламу в удобной форме и способность компаний или частных лиц напрямую презентовать товары и услуги.

Сегодня интернет представляется одним из важнейших глобальных рынков рекламных носителей и пользуется всё большим вниманием рекламодателей. В первую очередь это связывают со огромным многообразием интернет ресурсов, обширными возможностями их целевого сегментирования, увеличением количества предлагаемых услуг и огромной аудиторией. Знание и оптимальный подход к использованию возможностей, предоставленных рекламодателям многообразным интернет рынком, позволяют проводить рекламные кампании самых различных направленностей, стоимостей и масштабов, добиваясь при этом эффективных результатов.

Рекламные технологии в интернете – это синтез программных решений и инфраструктуры, соединяющий интернет-рекламу с традиционными бизнес-процессами. Основными технологиями диджитал продвижения сегодня являются:

1. Контекстная реклама – рекламное объявление, продвигающее товар или услугу, размещаемое в первых трёх-пяти строках поисковых систем, а так в рекламных блоках сайтов-партнеров рекламных сетей.
2. SEO – это комплекс мер для повышения позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по заранее отобранным запросам.
3. SMM – комплекс мероприятий по продвижению в социальных сетях.

4. SMO – оптимизация сайта компании, направленная на повышение эффективности его взаимодействия с социальными системами.

5. E-mail рассылки – маркетинговый инструмент, который позволяет повысить лояльность клиентов, поддержать интерес к товарам или компании в целом, стимулировать продажи.

6. Размещение информации на профильных сайтах – размещение на таких ресурсах даёт возможность доставить информацию узконаправленной и специализированной аудитории.

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что интернет предоставляет доступ к огромной аудитории, с одной стороны, и позволяет выделить узкие целевые группы общественности и направить рекламное воздействие на них. Помимо рассмотренных технологий и инструментов постоянно появляются новые платформы и способы продвижения, а также дорабатываются старые. Обширные возможности продвижения в интернете привлекают внимание многих специалистов в области рекламы и PR.

Список литературы

1. Денисова Н.И. Динамика развития рынка Интернет рекламы в России / Н.И. Денисова // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2011. – С. 66–67.

2. Концевая А.В. Интернет-реклама в формировании спроса / А.В. Концева, Ю.С. Руденко // Ученые заметки ТОГУ. – 2018. – №2. – С. 1071–1074.

3. Успенский И.В. Интернет-маркетинг: учебник / И.В. Успенский. – СПб: Изд-во СПГУЭиФ, 2003. – 197 с.

4. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. – 240 с.