

Секция «Журналистика»

Эффективная рекламная коммуникация как фактор успешного развития бизнеса

Зубарева Светлана Сергеевна

Студент

Донской государственный технический университет, Социально-гуманитарный факультет, Ростов-на-Дону, Россия

E-mail: lady.compas2010@yandex.ru

Мировой бизнес стремится к стабильному росту количества покупателей. Для этого бизнес структуры выходят в интернет-пространство со своим предложением и прилагают усилия, чтобы это предложение увидело как можно больше людей. Невозможно представить себе коммерческий холдинг без собственного Web-сайта, ведь Internet дает возможность отслеживать состояние бизнеса в интерактивном режиме. Еще одно преимущество Internet, которое привлекает рекламодателей, это его безграничность, то есть возможность открытия не только внутреннего, но и внешнего рынка сбыта. По данным финансового форума Инвесто.ру огромный рост числа Internet-пользователей делает Всемирную сеть все более привлекательным инструментом рекламы для российских и европейских продавцов товаров и услуг.[4]

Проведя сравнительный анализ различных видов Internet-рекламы, рассмотрим наиболее популярные у рекламодателей.

Наибольшей популярностью среди Internet-рекламы являются *баннеры*. Flash-баннеры предоставляют возможность использования звуковых эффектов, с эффектной и завораживающей анимацией, четкой графикой, ярко представляющей объект рекламы, формирующей и продвигающей имидж, что повышает эффективность баннера как рекламного носителя. Используя баннеры, рекламодатель может самостоятельно управлять показами, по таким параметрам как география пользователя, тематика сайтов для показов, время показов и многим другим. Изменяя эти настройки рекламодатель стремится максимально увеличить эффективность рекламной кампании. А так же баннеры - самый мало бюджетный инструмент Internet-маркетинга.

На втором месте находятся анимированные изображения различного типа - программные продукты фирмы *Macromedia-Flash* (MF) [1]. Объекты, созданные с помощью данной программы, поддерживают интерактивность, поведение которых зависит от реакции пользователя. Преимущество Flash изображений в их компактности. Они быстро загружаются и масштабируются к размеру экрана пользователя. С помощью Flash на Web-сайте можно создавать рекламные ролики с элементами управления и анимированные заставки. Эффективность рекламных кампаний с использованием рекламных роликов на Flash очень высока. Персонаж, созданный с элементами анимации - это придуманный яркий образ, который хорошо запоминается зрителям и начинает жить своей жизнью, привлекая новых потребителей. Именно на это и ставят рекламодатели и разработчики рекламного продукта. Macromedia Flash 5 - лучшая программа по реализации рекламных проектов, которая вывела сетевую рекламу на новый уровень.

Ярким и эффективным *приемом Internet-рекламы* является Product Placement в on-line играх. Одним из ярких примеров такой серии игр, по нашему мнению, может

служить уже почти классическая модель человеческой жизни Sims On line. Персонажи этой игры едят “Big Mac” и пользуются компьютерами с логотипом Intel. Разумеется, такой Product Placement приносит огромную прибыль кампании – создателю виртуальных шедевров. По данным службы Web-новостей сети ресторанов McDonalds и производители компьютерного оборудования Intel заключили контракт с Electronics Arts, создателем игры, на общую сумму 2 миллиона долларов. Виртуальные жители онлайн-игры There, Menlo Park - проекта калифорнийской кампании, носят кроссовки Nike и джинсы Levi Strauss и это еще не полный список брендов. По сообщению Reuters, продажа рекламных мест продолжается. Кампания Activision - создатель игры Pro Surfer заключила договор с такими корпорациями как Nokia и Coca Cola. И это только малая часть проектов сотрудничества производителей компьютерных игр и рекламодателей. Вложения рекламодателей в данную индустрию более чем оправданы. Игры привлекают их тем, что имеют свою возрастную категорию, и товары можно подбирать опираясь на портрет типичного потребителя этой группы. В игре можно продемонстрировать «волшебные» свойства бренда и ознакомить пользователей с новинками. Этот вид *медиа рекламы* является хотя и самым дорогостоящим, но наиболее эффективным.

Реклама в Internet позволяет использовать новые более эффективные методы по привлечению потребителей. Например, Facebook разработал ориентированную на потребности конкретного пользователя on-line рекламу. К примеру, как отмечает News.com.au, если кто-либо из пользователей Facebook разместит сообщение "Думаю поужинать пиццей практически сразу у него на экране появится реклама сети пиццерий, к примеру Domino's Pizza. Данную систему Facebook планирует опробовать примерно на одном проценте пользователей. Facebook является самой популярной социальной сетью в мире. Число аккаунтов в ней составляет около 600 миллионов. По оценке eMarketer, выручка Facebook от продажи рекламы в 2011 году может достичь 4,05 миллиарда долларов - почти вдвое больше по сравнению с предыдущим годом [3].

Internet-реклама привлекает рекламодателей возможностью разместить в Сети не только рекламную площадку, но и наладить собственный Электронный бизнес. Для деловых людей важен тот факт, что Internet-реклама является самым оптимальным видом рекламы по таким показателям, как стоимость целевого контакта и возможность оперативного вмешательства в ход проведения кампании, что не под силу таким СМИ, как телевидение и радиовещание [2]. Именно по этим причинам Internet-реклама становится все более и более популярной среди кампаний.

Литература

1. Гультияев А.К. Macromedia Flash MX. М.: Корона-Принт, 2010.
2. Зуенок Т. В. Интернет-реклама - новый инструмент для бизнеса. Спб.: Питер, 2009
3. www.lenta.ru (Служба Web-новостей)
4. www.club.investo.ru (Финансовый форум Инвесто.ру)