

ПРЕИМУЩЕСТВА ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ

Развитие сети Интернет вызвало существенные перемены в деятельности коммерческих и некоммерческих организаций. Информационные и коммуникационные технологии стали одной из движущих сил глобализации мирового торгового пространства [1].

Интернет — средство коммуникации, позволяющее обмениваться информацией людям, живущим в разных странах и на разных континентах. Интернет является также средством размещения рекламы, как и любое другое СМИ.

Реклама — привлечение внимания к товару, услуге конкретного производителя, торговца, посредника и распространителя за их счет и под их маркой предложений, призывов, советов, рекомендации купить этот товар или услугу.

В зависимости от целей, определяемых конкретной рыночной ситуацией, реклама может эффективно решать следующие задачи: информирование; убеждение; напоминание; позиционирование; удержание покупателей, лояльных к рекламируемой марке; создание «собственного лица» фирмы, которое отличалось бы от образов конкурентов.

Население планеты на начало 2021 г. составляло 7,83 млрд чел. Количество интернет-пользователей на начало 2021 г. составило 4,66 млрд чел., что на 316 млн (7,3 %) больше, чем в прошлом году. Глобальное проникновение интернета составляет 59,5 % [3].

Интернет-реклама обладает по сравнению с традиционной рекламой рядом преимуществ как для рекламодателей, так и для пользователей интернета.

Преимущества для рекламодателей: проведение рекламной кампании для целевой аудитории; контроль эффективности рекламы; оперативное реагирование и смена рекламной кампании; достаточно низкие затраты на проведение рекламной кампании в расчете на одного привлеченного клиента; существенное расширение рынков сбыта, вплоть до выхода на мировой рынок; оперативное обновление рекламной услуги информации в режиме реального времени.

Преимущества для покупателей: доступность информации в любой день, любое время из любого местонахождения; возможность получить самое широкое представление о рекламируемом товаре и услуге; оперативность представления информации; интерактивность — возможность получить мгновенный отклик на сделанный запрос; возможность узнать мнение о действительном уровне качества рекламируемого товара или услуги.

Таким образом, реклама в интернете обладает множеством преимуществ, которые гармонично вписываются в реальную картину экономики, позволяя сформировать положительный имидж о фирме, ее товарах, обеспечивая доступность пользователей к информации, оперативную реакцию на рыночную ситуацию, сокращая корпоративные расходы и увеличивая доходы.

Источники

1. Дроздова, А. В. Воздействие рекламы на безопасность личности в современном информационном обществе: социально-психологический аспект / А. В. Дроздова // Вестн. Московского ун-та. Сер. 14, Психология. — 2011. — № 4. — С. 58–65.
2. Виды рекламы [Электронный ресурс] // Индустрия рекламы. — Режим доступа: <https://adindustry.ru/doc/1123>. — Дата доступа: 21.11.2022.
3. Digital 2021: Актуальная статистика и аудитория социальных сетей в мире и Беларуси [Электронный ресурс] // Belretail. — Режим доступа: <https://belretail.by/article/digital-aktualnaya-statistika-i-auditoriya-sotsialnyih-setey-v-mire-i-belarusi>. — Дата доступа: 21.11.2022.