

КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА КАК ИНСТРУМЕНТ ЭКОЛОГИЧНОГО МАРКЕТИНГА⁶

У. В. ДРАГУН, А. О. МИСКО, З. Б. ШАВАЛДА, А. С. ЯКОВИЦКАЯ

Научный руководитель – А. С. Сверлов, к. э. н., доцент
Белорусский государственный экономический университет
Минск, Беларусь

Каждый день тысячи промоутеров выходят распространять рекламные флаеры с информацией о бренде, продукте или услуге. Однако почти каждый человек видел, как эти флаеры безжалостно выбрасываются получателями в мусорную корзину.

В условиях растущего внимания к экологическим проблемам отношение к бренду, использующему такой способ продвижения, как лифлетинг, может формироваться в негативном ключе от той части целевой аудитории, которая смотрит в сторону экологии и сохранения среды. Такая аудитория год от года только растет, в результате чего компании все чаще сталкиваются с необходимостью пересмотра своих рекламных стратегий и выбора более экологически безопасных методов продвижения товаров и услуг.

Цель исследования заключается в анализе целесообразности и эффективности замены лифлетинга контекстной рекламой.

Задачи исследования:

1. Изучить теоретические основы темы.
2. Провести анализ аудитории для оценки целесообразности и эффективности замены лифлетинга на контекстную рекламу.

⁶ Подготовлено в рамках исследований, выполняемых в СНИЛ «Поиск» БГЭУ.

3. Разработать рекомендации для компаний по внедрению контекстной рекламы как более экологичного решения.

Предмет – контекстная реклама как экологически более ответственная альтернатива лифлетинга. Объект – белорусские и зарубежные компании и бренды.

Контекстная реклама и лифлетинг – два популярных способа продвижения товаров и услуг. Контекстная реклама – это вид интернет-рекламы, который отображается на веб-страницах и в поисковых системах в зависимости от контента страницы или запросов пользователей. Лифлетинг – это распространение из рук в руки лифлетов (листовок) с рекламным обращением в местах скопления целевой аудитории.

Для определения возможности заменить лифлетинг контекстной рекламой был проведен опрос респондентов, который проводился в период с 22 октября по 29 октября 2024 г., объем выборки – 82 респондента.

По результатам опроса было выявлено, что 64,7 % из числа опрашиваемых достаточно часто сталкиваются с лифлетингом (9,8 % ежедневно, 54,9 % несколько раз в неделю), 32,9 % – редко сталкиваются с таким способом рекламы и лишь 2 респондента – никогда. Это говорит о том, что лифлетинг является достаточно распространенным и часто используемым способом рекламы, что может привести к увеличению количества отходов и загрязнению окружающей среды.

Опрос показал, что контекстная реклама также является достаточно распространенной. На вопрос «Встречалась ли вам такая реклама?» с изображением рекламы по поисковому запросу 78 % опрашиваемых ответили «да», 11 % – «нет», а 11 % не обращали внимание.

Таким образом, результаты опроса свидетельствуют о том, что контекстная реклама и лифлетинг имеют схожий охват аудитории. Соответственно, контекстная реклама может быть альтернативой лифлетинга.

Однако для определения эффективности такой замены одного опроса недостаточно. Именно поэтому в рамках исследования было наглядно продемонстрировано, как можно заменить листовку контекстной рекламой, а также рассчитаны расходы на оба вида рекламы.

В рамках исследования были разработаны образцы объявления контекстной рекламы для Burger King.

Для продвижения была выбрана площадка Google Реклама. Для показа объявлений были выбраны следующие рекламные кампании: «Поиск» (рис. 1) и Performance Max (рис. 2).

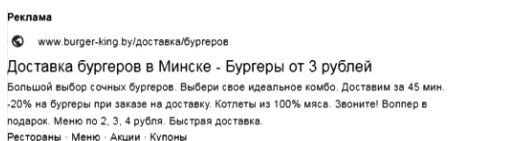


Рис. 1. Пример рекламного объявления Burger King в поисковой выдаче

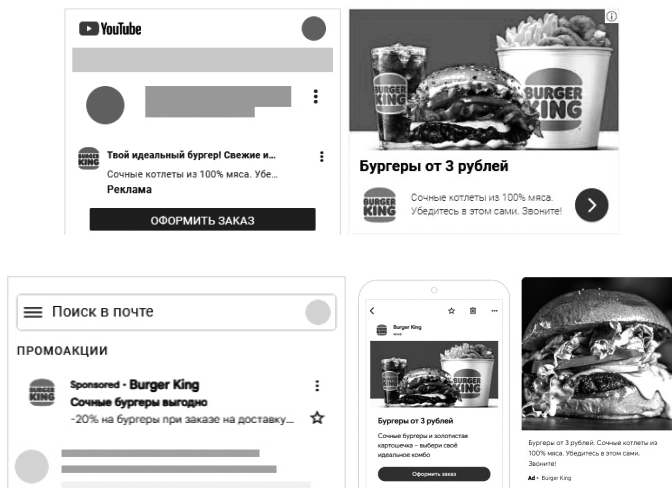


Рис. 2. Пример рекламных объявлений Burger King на разных рекламных каналах Google

Также важно учитывать величину расходов на оба способа рекламы. Для того чтобы определить, насколько дороже или дешевле может обойтись контекстная реклама по сравнению с листовками, были проанализировали печатные центры «Карандаш», AirPrint.by, «Донарит».

В печатном центре «Карандаш» можно распечатать листовки на экологичном материале. Печать 1000 листовок стоит 386 белорусских рублей.

В печатном центре AirPrint.by печать 1000 листовок на обычной бумаге обойдется в 145,6 белорусских рубля.

В «Донарит» – 1000 листовок стоит 159,90 белорусских рубля.

Для определения расходов на контекстную рекламу была рассмотрена реклама в поисковой сети. В Google Ads в «Планировщике ключевых слов» были подобраны ключевые слова для изучаемой рекламной кампании и добавлены для создания плана, на основе которых Google составил прогноз. По результатам данного прогноза, рекламу увидят 2840 человек, из которых 287 человек кликнет по объявлению, а 156 человек совершат конверсию (отправка формы). Затраты составят $45\$ = 147,26$ белорусских рубля.

В результате, в рамках данного примера, контекстная реклама будет выгоднее лифлетинга, при этом она оставит меньший экологический след.

Таким образом, данные, полученные в результате проведенного исследования, указывают на то, что замена лифлетинга контекстной рекламой может быть эффективной стратегией для привлечения внимания аудитории.

Однако для большей результативности рекламных кампаний, компании необходимо учитывать следующие рекомендации.

1. Перенаправить на контекстную рекламу бюджет, который затрачивается на лифлетинг, что позволит достичь

целевой аудитории, повысить эффективность рекламной кампании и стать более экоориентированной компанией.

2. Следить и анализировать результаты рекламной кампании в рекламных системах Яндекс.Директ и Google Ads, в дальнейшем полученные данные стоит использовать для оптимизации рекламных стратегий и повышения вовлеченности пользователей.

Таким образом, контекстная реклама имеет меньший экологический след и может быть экологически чистой альтернативой лифлетингу, предлагая компаниям эффективный способ продвижения своих товаров и услуг, не нанося вред окружающей среде.

Список использованных источников

1. Контекстная реклама [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ashmanov.com/education/articles/chto-takoe-kontekstnaya-reklama/>. – Дата доступа: 28.10.2024.

2. Рекламные листовки: преимущества и недостатки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ack1.ru/zametki/reklamnye-listovki-preimushhestva-i-nedostatki.html>. – Дата доступа: 28.10.2024.