

рекламы, имеет большой потенциал для дальнейшего применения субъектами, в том числе и на рынке недвижимости.

Список использованных источников

1. CallTouch: Исследование в индустрии недвижимости [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.cossa.ru/149/147117/>. — Дата доступа: 18.02.2018.

<http://edoc.bseu.by>

В.С. Орлов, Д.В. Околович
БГЭУ (Минск)

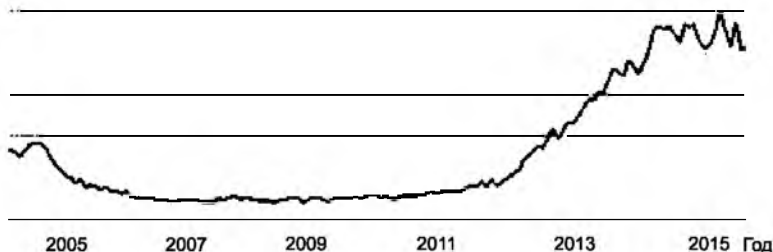
Научный руководитель Л.С. Климченя
(канд. экон. наук, доцент)

БАННЕРНАЯ РЕКЛАМА КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ РИЭЛТЕРСКИХ УСЛУГ В ИНТЕРНЕТЕ

Ранее баннеры занимали главенствующее положение среди видов интернет-рекламы в сети, однако на данный момент наблюдается спад эффективности баннерной рекламы. Грамотные маркетологи открывают для себя новые виды и средства рекламы, позволяющие лучше контролировать поведение аудитории. Основной показатель эффективности баннерной рекламы — CTR (уровень кликабельности). Он рассчитывается по формуле (1):

$$CTR = \frac{\text{Количество кликов}}{\text{Количество показов}} \cdot 100 \% . \quad (1)$$

Пользователи почти не замечают баннеры и даже подключают специальное ПО, блокирующее рекламу на сайтах. В 2016–2017 гг. средний CTR баннеров «обрушился» до 0,12 %, по данным ГЕВС. В то же время популярность AdBlocker (программа по блокировке баннерной рекламы) лишь возрастает, что отражено на рисунке.



«Ad Blocker» on Google Trends

Динамика использования программы-блокировщика

Источник: [1].

На рисунке видно, как после широкого распространения баннерной рекламы в Интернете в 2011 г. процент скачанных пакетов установщиков блокирующих программ резко увеличился, и сейчас остается на том же уровне, даже несмотря на то, что пик популярности и эффективности баннеров прошел. Доказательством тому могут служить данные, опубликованные национальным порталом Беларуси TUT.BY [2]. При охвате 500 000 пользователей фиксировалось всего 750 переходов по запросу о предоставлении риэлтерских услуг. Используя формулу (1), получим, что CTR составил 0,15:

$$CTR = \frac{750}{500\,000} \cdot 100\% = 0,15$$

Этот показатель весьма мал для баннеров. Связано это в первую очередь с большим охватом аудитории. Также одним из примеров низкой эффективности баннерной рекламы на рынке недвижимости является размещение на Realt.by текстографического блока с призывом изучать ситуацию на рынке недвижимости. Охват на площадке огромный: 500 000 чел. каждый месяц, по данным редакторов сайта, однако к третьему месяцу CTR упал до 0,1 [3]. На сегодняшний день большинство агентств недвижимости в Беларуси не используют баннерную рекламу в продвижении своих услуг. Связано это в первую очередь с тем, что некоторые агентства недвижимости и вовсе не имеют собственного сайта и не придают значения рекламе своих услуг через Интернет. Однако те, кто имеют сайт, все равно не используют баннерную рекламу, так как считают ее не эффективной. Многие топ-агентства, такие как: «Твоя Столица», «Мольнар» и др. продолжают вкладывать средства в баннерную рекламу для имиджевого роста и занимаются раскруткой своих услуг в Интернете, прежде всего с помощью баннеров. Зайдя на портал Realt.by, вы увидите баннеры данных агентств. Исходя из вышеизложенного следует, что применение баннерной рекламы на порталах о недвижимости следует считать нецелесообразным. Малая эффективность, а именно CTR, равный 0,15, при норме от 0,1 до 0,4, подтверждают вывод. Пользователи не обращают внимание на такие «вывески», если это не действительно то, что им нужно. Большинство интернет-аудитории сразу знают, что и на каком сайте искать, не прибегая к просмотру даже контекстной рекламы.

Список использованных источников

1. Контент вместо интернет-рекламы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://lpgenerator.ru/blog/2016/04/19/zakat-medijnoj-reklamy-ili-rochemu-stoit-sfokusirovatsya-na-kontente/>. — Дата доступа: 18.02.2018.
2. Эффективность баннерной рекламы на главной странице [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://tut.by/>. — Дата доступа: 14.02.2018.
3. Баннерная реклама в контекстно-медийной сети [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://webcompany.by/uslugi/seo-optimizacziya/bannernaya-reklama.html/>. — Дата доступа: 10.02.2018.