

ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА В КОНДИТЕРСКОЙ ОТРАСЛИ

Сеть Интернет весьма привлекательная для рекламистов по следующим причинам:

- невысокая стоимость рекламных мероприятий по сравнению с традиционными медиа-средствами, что особенно важно для малого и среднего бизнеса;
- современные компьютерные технологии дают возможность максимально полного и всестороннего представления объекта, позволяя использовать для этого любое необходимое количество информации;
- интерактивность средств Интернет обеспечивает более тесный контакт с потребителем рекламного сообщения;
- применение современного программного обеспечения создает гораздо большие возможности достижения интернет-рекламой именно целевой аудитории («таргеттинга») по сравнению с классическими средствами;
- современное программное обеспечение создает возможность глубокого и быстрого анализа фактического распространения информации, что позволяет более совершенно анализировать эффективность рекламных кампаний.

Можно выделить следующие способы рекламы:

- интернет-сайт;
- объявления на электронных досках;
- директ-маркетинг (рассылка рекламных сообщений электронной почтой);
- публикации и реклама на других сайтах;
- баннерная реклама;
- контекстная реклама.

Среди коммерческого персонала и руководства достаточно распространено заблуждение, что без собственного сайта интернет-рекламой заниматься невозможно или бессмысленно. Реально же все средства интернет-рекламы, кроме непосредственно сайта, дают возможность применять их любой компании с указанием обычных координат.

Объявления на электронных досках, как и директ-маркетинг, не получили распространения в Беларуси и вряд ли получат из-за проблемы спама.

Публикации и реклама на других сайтах нецелесообразны в Беларуси из-за малого количества пользователей, однако в России этот инструмент может активно применяться в рамках рекламной кампании, ориентированной на конкретный сегмент рынка.

Наибольшим потенциалом обладает такой вид интернет-рекламы, как контекстная реклама. Ее применение целесообразно как в Беларуси, так и в других зонах интернета по причине сведения рассеяния рекламы практически к нулю. Более того, подобная реклама позволяет относительно легко выходить на самые различные потребности в кондитерской продукции. Современное ПО дает достаточно широкие возможности по отслеживанию распространения информации в Интернет и оценке эффективности рекламных кампаний. Однако эти показатели эффективности интернет-рекламы имеют много нюансов и недостатков, в силу чего обычные методы маркетинговых исследований в сфере эффективности рекламы не актуальны.

Кондитерской отрасли целесообразно активнее использовать интернет-рекламу по следующим причинам:

- предлагаемый ею продукт, в основном, является массовым, а интернет-технологии дают самые дешевые возможности массовой рекламы;
- кондитерская отрасль имеет экспортную ориентацию, и стоимость применения Интернет при выходе на внешний рынок имеет еще большую разницу со стоимостью классической рекламы.