

рус. гос. экон. ун-т ; редкол.: Г.А. Короленок (отв. ред.) [и др.]. — Минск, 2010. — С. 339–341.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 01.12.2018.

В.Э. Драгун
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С.Л. Флерко, канд. экон. наук, доцент

РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ В ИНТЕРНЕТЕ ДЛЯ ОБЪЕКТА НЕДВИЖИМОСТИ

В настоящее время самой эффективной рекламой является Интернет. Поэтому застройщикам и агентствам необходимо обеспечить достаточное информационное присутствие в Интернет-пространстве.

По этой причине девелоперы и риелторы, имеющие свои сайты, размещают информацию про проекты у себя на сайтах. При этом посетителям предоставляется подробная информация о технических характеристиках здания, инфраструктуре объекта, его фотографии и коммерческие условия.

К основным преимуществам Интернета перед другими медианосителями рекламы относятся:

- *targeting* — точный охват целевой аудитории, осуществляемый по тематическим сайтам, географии и времени;
- *tracking* — отслеживание, возможность анализа поведения посетителей на сайте и совершенствования сайта, продукта и маркетинга в соответствии с результатами такого постоянного мониторинга;
- функционирование 24 часа в сутки, 7 дней в неделю, 365 дней в году;
- оперативность, позволяющая начать, скорректировать или прервать рекламную кампанию в любой момент;
- интерактивность, позволяющая потребителю общаться с продавцом в онлайн;
- объемность, так как в Интернете можно размещать большое количество информации, включая графику, звук, видео, спецэффекты.

К самым эффективным методам рекламы объекта недвижимости в интернете относятся:

- реклама на специализированных интернет-ресурсах;
- контекстная реклама с помощью Google AdSense и Яндекс.Директ;
- реклама в социальных сетях, таких как [Vk.com](https://www.vk.com/), [Facebook.com](https://www.facebook.com/), [Instagram.com](https://www.instagram.com/).

Самый популярный специализированный портал о недвижимости — [Realt.by](https://www.realt.by/) — создан в 2005 г. на основе Единой базы дан-

ных агентств недвижимости Минска, которая формируется с 2000 г. За счет применения в работе современных технологий и использования агентствами недвижимости программного обеспечения «Недвижимость 3.0» сегодня здесь представлена, пожалуй, наиболее полная и обновляемая в режиме онлайн информация по объектам недвижимости.

Для покупателей большую часть контента портала формируют своими предложениями профессиональные участники рынка: агентства недвижимости, девелоперы. Как показывает практика, ресурс сегодня одинаково популярен и у профессиональных участников рынка, и у покупателей. В базе данных ресурса более 20 тыс. объявлений о продаже и более 13,5 тыс. — об аренде недвижимости.

Контекстная реклама — реклама, которую видят только те пользователи, которые заинтересованы в определенной услуге или продукте. Она размещается в поисковых системах по определенному ключевому запросу или на сайтах соответствующей тематики. Добавив в настройках нашей рекламной кампании в GoogleAdsense и Яндекс.Директ такие ключевые слова, как «куплю квартиру», «ищу квартиру», «квартира в ... районе», «новостройки Минска», мы уже в кратчайшие сроки сможем получить запросы от потенциальных покупателей на показ объекта недвижимости, который мы рекламируем.

Аудитория *Vk.com* — 520 млн аккаунтов, *Facebook.com* — 2,13 млрд аккаунтов, *Instagram.com* — 1,1 млрд аккаунтов. Большая часть людей — иностранцы, которым может быть не интересен наш объект недвижимости, но во всех социальных сетях мы можем таргетировать рекламу по возрасту, полу, географии, хобби, группам (над которыми подписан человек), что позволяет отобрать целевую аудиторию.

Стоимость перехода по рекламе в *Vk.com* — 0,03–1,5 дол., в *Facebook.com* — 0,07–2 дол., в *Instagram.com* — 0,05–1,8 дол.

Реклама объектов недвижимости в интернете может быть очень действенной и недорогой при правильной настройке рекламной кампании, которая будет нацелена в первую очередь на целевую аудиторию.

М.В. Егорова
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Г.А. Бондаренко, канд. экон. наук, доцент

РАЗВИТИЕ РЕДЕВЕЛОПМЕНТА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В Г. МИНСКЕ

В странах Европы и США, где история редевелопмента насчитывает более 50 лет, промышленные предприятия перестраивают в торговые центры, парки развлечений, отели, жилые комплексы и т.д.