

**Список использованных источников**

1. Нейминг 3.0. Как придумать и защитить название [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://maxima-library.org/mob/b/440585?format=read>. – Дата доступа: 06.12.2020.
2. Depot – официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.depotwpf.ru/>. – Дата доступа: 04.12.2020.
3. Малайкин, С. Н. Одним словом. Книга для тех, кто хочет придумать хорошее название. 33 урока / С.Н. Малайкин. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 304 с.

*Е.А. Сушкевич, канд. экон. наук, доцент*

*Т.В. Ревецкая, канд. экон. наук, доцент*

*А.А. Судиловская*

*УО «Белорусский государственный экономический университет»*

*Минск (Беларусь)*

**ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА (НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА 103.BY)**

ARTOX – это холдинг, который имеет два основных направления: ключевое – тематические порталы Relax.by, Dom.by и 103.by, еще одно – digital-агентство ARTOX-media.

Ключевым направлением ООО «Артокс Лаб» являются такие тематические порталы, как Relax.by, Dom.by и 103.by.

Первоначально функционировал только один портал – Relax.by, который содержит необходимую информацию о еде, отдыхе и развлечениях. Данный международный проект помогает решить, как провести время, забронировать столик, купить билет в кино, а также записаться в салон красоты. Здесь можно найти фотоотчеты самых ярких событий и полный каталог заведений страны, афиши нашедших концертов, клубных вечеринок и новинок кино. Одним словом, все, что можно отнести к понятию «Hariness». Он быстро стал популярным и заслужил звание лидера в сфере ресторанов, клубов, бутиков и салонов красоты ?1?.

Проект 103 – международный медицинский портал, сервис поиска лекарств. Он поможет выбрать ближайший салон красоты или фитнес-центр, найдет нужное лекарство по оптимальной цене, даст советы по уходу за лицом и телом, профилактике и лечению заболеваний. Здесь можно найти буквально все о красоте и здоровье, все, что можно отнести к понятию «Health» ?2?.

Проект Dom – сервис по подбору товаров и услуг для ремонта и строительства. Служба заказа найдет лучшее предложение или исполнителя. Этот проект поможет закрыть все вопросы, которые можно связать с понятием «Dom» ?3?.

С 2016 года компания ARTOX вышла на международные рынки - начали работу ресурсы Relax.ua и 103.ua, 103.kz, Relax.ru и 103.pf.

Основной информационной базой ООО «Артокс Лаб» является Google Analytics и Яндекс.Метрика.

Процесс обеспечения фирмы маркетинговой информацией осуществляется за счет интеграции собственной разработки компании CityPlatform с Google Analytics.

Благодаря интеграции можно определить последовательность переходов на сайты компании, на размещаемые на порталах сайты медицинских центров, стоматологических клиник, аптек и т.д.

Рассмотрим спектр предоставляемых услуг на примере портала 103.by (рубрика «Стоматология»).

Компания ООО «Артокс Лаб» помогает привести пациентов из Интернета в стоматологические клиники. Это может осуществляться за счет следующих действий:

- сбор всего целевого трафика из социальных сетей и поиска;
- оказание помощи в выборе организаций и услуг из каталога на сайте и в мобильном приложении.

Таким образом, осуществляя данные действия, компания приводит в месяц в каждую стоматологию от 20 до 250 клиентов в месяц.

Данные услуги оказываются на платной основе, цена которых зависит от типа размещения (базового, VIP-размещения, пакета «Турбо»).

Базовое размещение предполагает:

- создание персонального сайта фирмы-заказчика;
- закрепление за сайтом команды специалистов;
- онлайн-запись;
- участие копирайтера, который пишет статьи о заведении;
- работу фотографа, который делает профессиональную съемку;
- назначение личного менеджера, который ведет рекламную кампанию на протяжении всего срока сотрудничества;

• создание раздела «Отзывы», который обеспечивает возможность взаимодействия с клиентами;

• наличие раздела «Скидки», в котором отображаются все акции компании-заказчика;

• существование личного кабинета, что позволяет отслеживать статистику за 30 дней, а также редактировать цены;

• размещение в мобильном приложении;

• размещение на сайте конкурента в справочном формате [4].

VIP-размещение включает в себя весь комплекс услуг «Базового» формата, а также комплекс услуг «Взрывная эффективность», который обеспечивает:

• гарантированное размещение на первой странице каталога;

• ротацию в ограниченной группе;

• максимально продающий формат отображения в каталоге;

• выделение компании на карте;

• приоритетные позиции компании-заказчика в подборках на главной странице.

VIP-размещение может быть на 6, 12, 24 месяца. Компании-заказчики выбирают позиции, которые хотят занимать на первой странице каталога – ротационную VIP-группу. Данные группы строятся по принципу многоэтажного дома: первый этаж – VIP 1, второй этаж – VIP 2, VIP 3 и т.д. Чем больше порядковый номер VIP – группы, тем выше находятся компании, размещенные в ней. Все компании одной группы ротируются между собой при каждом обновлении страницы пользователем [4].

Пакет «Турбо» включает в себя следующий комплекс инструментов:

• создание сайта на платформе 103.by и его продвижение в каталоге (доступ к 500 000 пациентам, которые ищут клиники и врачей на 103.by);

• промоблок (для продвижения акций и новостей клиники);

• call-tracking (с анализом всех звонков и рекомендациями для повышения эффективности администраторов);

• продвижение в Instagram (нативное продвижение вашей клиники в популярной социальной сети);

- тестирование сервиса онлайн-консультаций (клиника будет готова к внедрению телемедицины в любой момент);
- форму онлайн-записи [4].

В каталоге компания может также размещаться в справочном формате: указывается адрес, контактные данные клиентов, минимальная информация. Такие компании размещаются в конце каталога. Данный формат не является справочным, он лишь позволяет наполнить максимально каталог для того, чтобы сайт 103 был в топе выдачи в Яндекс и Google.

Второй продукт компании – имиджевая реклама. К основным имиджевым продуктам можно отнести:

- промо-блок – это кликабельное рекламное объявление, которое размещается в начале каталога; его первым видит клиент, когда попадает в каталог. По клику на баннер пользователь попадает на ПС клиента. Промо-блок отлично подходит для продвижения акций/скидок/специальных предложений, для продвижения новых продуктов, для увеличения продаж по товарам/услугам с ярко выраженной сезонностью.

- промо-борд – это кликабельный баннер, который закрывает 50 % карты. Это самое большое рекламное место, которое видит посетитель сайта. По клику на баннер пользователь попадает либо на ПС, либо на сайт клиента. Промо-борд не меняет своей позиции при фильтрации и пролистывании – предложение всегда остается на виду. Поскольку пользователи еще не привыкли к такому месторасположению и размеру рекламы, она привлекает внимание и вызывает повышенный интерес. Это объясняет высокую эффективность промоборда.

- центральный баннер – это кликабельный баннер, расположенный после информации о семи компаний в каталоге. По клику на баннер пользователь попадает либо на ПС, либо на сайт клиента. Идеально подойдет для рекламы товаров и услуг крупных брендов и услуг массового спроса, а также для анонса акций и специальных предложений.

Третий продукт компании – нативная реклама в виде статей, новостей и спецпроектов; проводится не в рекламном, а в редакционном формате. Нативная реклама делится на:

- новость NEWS (быстрая публикация собственных материалов заказчика);
- новость TOP (занимает 50 % первого экрана главной страницы портала);
- новость TOP-plus (занимает 50 % первого экрана главной страницы портала + работа редакции под «ключ»);
- спецпроект (нестандартный PR-материал в виде эксперимента, статьи с привлечением нескольких экспертов клиники для освещения вопроса с разных сторон и т.д.) [5].

В связи с пандемией компания ARTOX разработала специальный проект для поддержки своих партнеров – 103.partners. Это проект по медицинскому маркетингу для поддержки партнеров международной платформы 103, который включает блог о медицинском маркетинге с полезными и актуальными статьями, новостями и обзорами, сообщество для руководителей и маркетологов клиник в Instagram, группу в Viber и др.

Посещаемость портала 103.by в сентябре 2020 г. составила 5,7 миллионов человек, поступило более 305000 тысяч заявок и звонков, а число активных пользователей мобильного приложения 103.by достигло 75000 человек.

Эффективность размещения на портале в значительной степени зависит от профиля клиники, рекламного бюджета, выбранных рубрик, ротационных групп и др. У компа-

нии ARTOX есть как партнеры, использующие 103.by в качестве основного инструмента привлечения пациентов, так и те, кто продвигает только отдельные направления.

Компания имеет две целевые аудитории: рынок B2B (применительно к portalу 103 – это медицинские центры, лаборатории, стоматологии, аптеки, санатории, центры косметологии и т.д.) и рынок B2C (обычные пользователи сайта, для которых портал является справочником). Рынок B2C представляют индивидуальные потребители – мужчины и женщины от 18 до 55 лет (студенты, граждане, проживающие самостоятельно, работники различных сфер деятельности), состоящие либо не состоящие в браке. При анализе удовлетворенности потребителей услугами компании целесообразно рассматривать эти два сегмента.

Эффективность предоставления услуг на портале 103.by можно оценить с помощью показателей «Сеансы», «Сеансы SEO» и «Сеансы Контекст».

Анализируя поведение клиентов в рубрике стоматологических услуг, необходимо также учесть показатель отказов, который означает, что пользователи, зайдя на персональную страницу одной из клиник с баннеров, поисков, долго там не задержались. Это может быть связано с тем, что либо запуск контекстной рекламы не соответствовал действительности, либо пользователей просто не заинтересовала данная клиника.

Для увеличения удовлетворенности пользователей сайтом 103.by компания ARTOX осуществила некоторые доработки, однако их оказалось недостаточно для преодоления тенденции роста показателей отказа. На наш взгляд, чтобы решить данную проблему, необходимо:

- включить отображение информации о ценах на услуги клиник, имеющих бесплатное размещение. Это позволит пользователям сайта сравнивать цены разных клиник и выбрать те заведения, которые подходят им по бюджету;
- для клиник, имеющих бесплатное размещение, наряду с отображением информации о ценах следует включить также отображение их логотипов (в настоящее время на портале размещаются логотипы только тех заведений, которые заплатили за размещение). Это сделает соответствующие рубрики более наглядными и привлекательными, заставит пользователя задержаться на сайте;
- вывести консультанта он-лайн в листинг. Это позволит пользователям задавать интересующие их вопросы;
- размещать информацию в виде краткого описания направлений деятельности заведения. Это позволит пользователю быстро сориентироваться относительно специфики той или иной клиники;
- не запускать слишком часто контекст для поддержки рубрики. Это может стать помехой для просмотра основного контента, вызвать недовольство пользователей и их уход с сайта;
- развивая рубрики, следует учитывать фактор сезонности;
- размещать детальную и максимально полную информацию по всем направлениям оказания услуг клиниками (в частности, размещать полностью весь прайс-лист, а не только информацию о ценах на отдельные услуги);
- использовать исключительно актуальную информацию не только в рубриках, но и в виде статей, справочных материалов и др. Чем актуальнее предоставляемая на портале информация, тем выше юзабилити сайта;
- осуществлять работу с топ-рубрикатором по основным медицинским направлениям с учетом их детализации (например, размещая информацию по более широко-

му направлению «офтальмология», в начале каталога следует разместить «переходы» на более узкие направления – «коррекция зрения», «консультация офтальмолога», «офтальмоскопия» и т.д.). Это позволит пользователям сократить количество вбиваний в поисковую строку;

- в верхней части каталога разместить фильтр «Он-лайн запись». Это позволит сократить время поиска пользователей сайта и оперативно выбрать интересующую его услугу с учетом нужной даты и времени в конкретных клиниках страны;

Для повышения эффективности работы компаний, которые приобрели базовое и VIP-размещение, а также пакеты «Турбо» на портале 103.by, следует:

- оказывать поддержку клиентам в лице медицинских заведений путем углубленного развития проекта 103.partners;

- размещать фото к предоставляемым клиниками услугам. Это будет способствовать формированию у пользователей представления об открытости заведения и большего доверия к нему. Вероятность того, что потенциальный пациент станет реальным и запишется на прием, возрастет;

- осуществлять оперативную e-mail рассылку в клинику, о работе которой пользователь оставил свой отзыв на сайте. Это позволит быстро отреагировать на негативный отзыв, повысить качество оказываемых услуг;

- размещать на первых страницах каталога информацию о заведениях, которые имеют наивысшую рейтинговую оценку от пациентов;

- размещать максимально полную информацию о специалистах медицинских учреждений. Согласно данным статистики до 10 % звонков в клиники с платформы 103 поступают с целью записаться к конкретному специалисту;

- на странице специалистов конкретной клиники следует не только указывать виды выполняемых ими работ, но и размещать фото таких работ (например, если это стоматология, а врач специализируется на протезировании металлокерамикой или отбеливании зубов, можно прикрепить несколько фото, подтверждающих качество оказываемой услуги), а также добавить кнопку «время ближайшей записи»;

- рассылать напоминания о записи к врачу, если она была совершена с платформы 103. Это сформирует у клиента хорошее впечатление о клинике, он захочет в нее возвращаться.

Реализация рассмотренных выше мероприятий приведет к снижению показателей отказов на портале 103.by и позволит повысить удовлетворенность потребителей услугами компании ARTOX.

### ***Список использованных источников***

1. Портал о развлечениях и городской жизни Relax.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.relax.by/>. – Дата доступа: 20.02.2021.

2. Медицинский портал 103.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.103.by/>. – Дата доступа: 18.02.2021.

3. Строительный портал Dom.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.dom.by/>. – Дата доступа: 19.02.2021.

4. Официальный сайт проекта 103.info [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://info.103.by/>. – Дата доступа: 20.02.2021.

5. Нативная реклама на 103 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://info.103.by/native>. – Дата доступа: 18.02.2021.