

РЕКЛАМА В ИНТЕРНЕТ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Яшева Г.А., доцент

УО «Витебский государственный технологический университет»

В настоящее время происходит бурное развитие систем телекоммуникаций, одним из ключевых элементов которых является глобальная компьютерная сеть Интернет и ее главный сервис WWW (World Wide Web). Использование Интернет в качестве одного из элементов системы маркетинга может оказать значительное влияние на положительный имидж фирмы и на осведомленность потребителя о товарах и услугах. Преимущества рекламы в Интернет заключаются в:

- создании благоприятного имиджа фирмы или товара/услуги;
- обеспечении доступности информации о фирме или продукции для сотен миллионов людей, в том числе географически удаленных;
- представлении информации о товаре с помощью различных средств - текст, графика, звук, анимация, видеоизображение;
- оперативной реакции на рыночную ситуацию - обновление данных прайс-листа, информации о фирме или товарах, анонс новой продукции.

Особенностью рекламы в Интернет является то, что «охват аудитории» в коротком промежутке времени достаточно невелик, значит использование этого носителя для реализации кратковременных рекламных программ (таких как анонсирование сезонных скидок, объявления о кратковременных конкурсах, выставках и т.п.) не подходит. Более того, существующая сегментная неопределенность носителя не позволяет рассматривать его как традиционное печатное или радио СМИ со всеми присущими этим носителям тенденциями и условиями использования. Существенное отличие серверов Интернет, заключающееся в возможности создания реальных интерактивных систем и неограниченность по времени или рекламной площади в представлении фирмы или продукции, определяет сервер Интернет как идеальный способ создания имиджевого представительства фирмы. И при этом низкая стоимость «аудиторного контакта» наряду с сегментной неопределенностью, которая в имиджевом представлении не так важна, определяет сервер Интернет, как универсальный носитель имиджевой рекламы.

Основными средствами рекламы в Интернет являются: Web-сервер, баннер, электронная почта (E-mail), группы новостей или телеконференции (Usenet).

Первым и самым важным средством рекламной кампании является корпоративный Web-сервер. На него ссылаются все остальные средства, а значит, если сервер отсутствует, то кампания практически лишена смысла. Даже при небольшом объеме затрат, создание Web-узла способно значительно улучшить позиции производителя, особенно на международном рынке. Преимущества Web-сервера состоят в следующем.

В возможности применения различных форм представления информации о товаре - графики, звука, анимации, видеоизображения и многого другого.

Размещение информации, не связанной непосредственно с фирмой или товаром/услугой может значительно расширить круг посетителей сервера. Появляется возможность открытия новых рынков.

Использование Web-сервера в качестве виртуального магазина, который будет доступен 24 часа в сутки, 7 дней в неделю из любой точки земного шара.

Второе средство рекламной кампании — баннер. Как правило, он представляет собой прямоугольное графическое изображение в формате GIF или JPG, хотя встречаются экземпляры, созданные с помощью языка программирования JAVA и др. Баннер помещается на Web-странице и имеет гиперссылку на сервер фирмы. Баннерная

реклама является самым популярным и эффективным способом наращивания трафика Web-узла. Кроме того, баннер является мощным инструментом брэндинга - имиджевой рекламы.

Следующее средство рекламы в Интернет — E-mail (электронная почта). Это оперативный и дешевый канал связи с партнерами, коллегами, клиентами, дилерами и др., а также получения различной специальной информации для работы и профессионального роста. Он эффективен внутри страны, но особенно для связи с зарубежьем. E-mail можно использовать для пересылки информации, документации, чертежей, рисунков, видео- и аудиоматериалов, для практически мгновенного обмена мнениями, актуальной информацией (например об изменении цен или курса валюты или акций, пошлин или налогов и т.п.). E-mail дает для пользователя следующие возможности и преимущества: представляет собой push-технология вещания, работает напрямую и достигает конкретно пользователя; дает возможность персонализированного обращения; благодаря четкому тематическому делению списков рассылок и дискуссионных листов воздействует на интересующую целевую аудиторию. Это выгодно отличает электронную почту от обычных ресурсов Интернет.

И, наконец, еще одно средство рекламы в Интернет – группы новостей или телеконференции (Usenet), которые представляют собой виртуальное сообщество пользователей Интернет, объединенных общими интересами по обсуждаемой ими тематике. Доступ к серверам Usenet возможен при наличии соответствующего программного обеспечения и подписки на интересующую тему.

Предприниматели Республики Беларусь начинают активно использовать Интернет-технологии в своей маркетинговой деятельности. Однако у них имеется ряд проблем.

Во-первых, отсутствуют популярные специализированные сервера по разной тематике, поэтому рекламодателям приходится проводить широкий охват аудитории, чтобы охватить целевую группу.

Во-вторых, провайдерские фирмы еще не опыты, слабо технически оснащены и не могут оказывать весь комплекс маркетинговых услуг для фирм, например, анкетирования рекламополучателей, вести статистику сервера и кликов на баннер.

В-третьих не разработано законодательство, регламентирующее деятельность провайдерских фирм и частных лиц в отношении соблюдения права на частную жизнь и тайну коммерческой информации.

В-четвертых, у рекламодателей и рекламопроизводителей отсутствует опыт и недостаточно знаний для проведения профессиональных рекламных кампаний в Интернет.

По оценкам Jupiter Communications, в ближайшие несколько лет, расходы на интерактивную рекламу в мире будут расти еще быстрее и достигнут 1 млрд. долл. в текущем году, а к 2002 году уже составят 7,7 млрд. долл. В то же время доходы от Интернет-маркетинга вырастут с 13 млн. долл. в 1996 году до 1,3 млрд. долл. в 2002 году.

Таким образом, прогнозы развития интернет – технологий оптимистичные и со временем эти проблемы в Республике Беларусь будут решены, что позволит отечественным субъектам хозяйствования успешно осуществлять свой бизнес, владея современными электронными технологиями.