

Литература

1. Отчет о работе Департамента по ценным бумагам Министерства финансов Республики Беларусь // Министерство финансов Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа : http://www.minfin.gov.by/securities_department/reports/. — Дата доступа : 22.11.2014

2. Раков, А. Рынок корпоративных ценных бумаг и перспективы его развития в Беларуси / А. Раков, В. Куропатенков // Банковский вестник. — 2014. — № 9. — С. 48–59.

Аукцион рекламы в режиме реального времени

*Житко Ю. И., Кожемяко И. М., студ. II к. БГЭУ,
науч. рук. Зеньков В. С., канд. техн. наук, доц.*

В настоящее время наблюдается стремительный рост рынка интернет-технологий в маркетинге. Растущая осведомленность потребителя интернет-рекламы предъявляет все более высокие требования к ее качеству. Большинство рекламных объявлений на сайтах выполнены на низком профессиональном уровне, не соответствуют интересам пользователей и не обеспечивают достижения поставленных целей рекламодателя, что вызывает необходимость в применении новых, более качественных, методов производства рекламы. Например, в настоящее время все большую популярность приобретает аукцион рекламы в режиме реального времени. По прогнозам исследовательской компании Parks Associates, к 2017 г. эта инновация займет 50 % мирового рынка онлайн-рекламы [2].

Аукцион рекламы в режиме реального времени (англ. Real Time Bidding, RTB) — новая технология в индустрии онлайн-рекламы, которая представляет собой продажу рекламных объявлений в реальном времени. Основным инструментом технологии является биржа реального времени с рекламными площадками, на которых и проводятся торги. По каждому рекламному показу среди потенциальных покупателей проводится аукцион. Аукцион начинается тогда, когда содержащая рекламный блок страница загружается в браузер пользователя, при этом:

- 1) RTB-площадка биржи передает потенциальным покупателям информацию о рекламном блоке (размер, расположение, поддерживаемые форматы рекламы) и анонимный идентификатор интернет-пользователя.
- 2) Покупатели идентифицируют пользователя (пол, возраст, география, интересы, и т. д.) и делают ставки на основании собственных целей и алгоритмов условий рекламных кампаний.

- 3) Биржа принимает ставки и определяет победителя. Аукцион занимает всего порядка 10,2 секунды.
- 4) Рекламодатель, сделавший максимальную ставку за показ своего баннера, получает площадку для размещения своей рекламы.

Такой порядок размещения рекламы в режиме реального времени обладает рядом преимуществ. Основным его достоинством является повышение эффективности всего рекламного рынка; рекламодатели получают возможность увеличить охват рекламой потенциальных потребителей. Применение аукциона рекламы в режиме реального времени повышает рекламные доходы площадок, так как традиционно площадки предлагают каждый рекламный показ только одному рекламодателю, а RTB — одновременно всем заинтересованным. Интернет-пользователи получают меньшее количество рекламы более высокого качества, соответствующей их интересам и, таким образом, обеспечивающей им психологическую устойчивость предпочтений в процессе выбора.

Применение данной технологии имеет и некоторые проблемы в реальном ее исполнении на данном этапе развития. Во-первых, современные операторы, предоставляющие интернет-услуги, не обеспечивают передачу больших объемов информации с достаточной для RTB скоростью. Во-вторых, специалисты рекламодателей не обладают достаточным профессиональным опытом, чтобы понять, что RTB — это не очередной канал донесения медийной информации, а совершенно другая модель взаимодействия с пользователями, основанная на прямом интересе рекламодателя и потребителя рекламы.

Традиционное восприятие рекламы, как средства донесения информации до потребителя с целью привлечения внимания, выходит за рамки понимания рекламодателя ощущаемой ценности потребителем.

Таким образом, применение аукциона рекламы в режиме реального времени позволяет достичь высокой эффективности рекламной кампании за счет скорости коммуникации с целевой аудиторией и формирования устойчивых предпочтений у потребителя. Дальнейшие перспективы развития RTB будут определяться факторами роста возможностей рынка мобильной рекламы, его правовым обеспечением, увеличением количества премиум-форматов рекламы и прозрачности медийной рекламы.

Литература

1. Википедия / Торг в реальном времени. — Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org>.
2. Яндекс. Помощь / Блоки Real-Time Bidding. — Режим доступа : <http://help.yandex.ru/partner/products-rtb/about.xml>.