

НОВОСТНЫЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ КАК РЕКЛАМНАЯ ПЛОЩАДКА

Курилович Д. И., Лавренова О. А.

Белорусский национальный технический университет, Минск, Беларусь

В Беларуси на период 2011-2015 годы принята государственная программа «Информационное общество», основной целью которой является создание условий, способствующих повышению качества и эффективности информационных отношений бизнеса на основе развития национальной информационно-коммуникационной инфраструктуры и создания государственной системы оказания электронных услуг. Особое место в данной программе отводится электронной экономике. Интернет предоставляет бизнесу прекрасную возможность выхода на потенциальных потребителей, с которыми ранее нельзя было вступить в контакт через традиционные средства рекламы.

В сфере использования интернет-маркетинга используют такие инструменты, как поисковое продвижение, контекстная реклама, медийная реклама, вирусный маркетинг, рассылки и SMO. Сравнительная характеристика наиболее распространенных инструментов приведена в таблице:

Табл. 1. Сравнительная характеристика инструментов интернет-маркетинга

	Поисковое продвижение	Контекстная реклама	Медийная реклама
Количество посетителей	Высокое	Среднее	Низкое
Конвертация посетителей в клиенты	Максимальная	Средняя	Небольшая
Бюджеты	Небольшие	Средние	Серьезные
Риски	Высокие	Управляемые	Высокие
Эффективно	Долгосрочное присутствие на рынке, увеличение продаж	Компенсация рисков поискового продвижения	Генерация спроса, имиджевая составляющая
Не эффективно	Краткосрочные акции	Высоко-конкурентные сферы	Ограничения по бюджетам

В проведенном исследовании особо выделена реклама в новостных ресурсах. Наибольшее количество поисковых запросов, согласно статистике Google, являются новостными. В то же время Согласно данным Gallop, 62% пользователей сети активно используют ее как раз в течение рабочего дня. Традиционные способы рекламы и маркетинга в это время практически не работают. Соответственно, достаточно серьезная концентрация аудитории в последние три года отмечается на новостных агрегаторах и сайтах с новостными лентами. А это означает, что достаточно эффективным является использование динамичных рекламных продуктов в новостных интернет-ресурсах.