

# Роль Інтернет-рекламування магазинів комп'ютерної техніки

Мина Жанна

Кафедра СКІД  
НУ "Львівська політехніка"  
Львів, Україна  
Zhanna.Shijaniuk@gmail.com

Усик Катерина

Кафедра СКІД  
НУ "Львівська політехніка"  
Львів, Україна  
usikkaterina69@gmail.com

*The role of online advertising computer equipment stores was examined. The value of placing price-lists of goods on the site was emphasized. Advertising mechanisms as the guarantor of the most target-oriented implementation of the purchase of goods that form the bulk of the profits of the Internet shop were studied.*

**Ключові слова:** інтернет-реклама, інтернет-магазин, прайс-лист, WWW, комп'ютерний магазин, web-сервер магазину.

## ВСТУП

Роль Інтернет-рекламування магазинів комп'ютерної техніки набирає обертів, привертаючи все нових і нових покупців звернути свою увагу не на традиційні, а на електронні полиці. Інтернет-реклама – це оповіщення споживачів різними засобами, представленими в мережі Інтернет, про діяльність магазину, спрямовану на досягнення кінцевої мети - продажу товарів і послуг. Саме тому мережа Інтернет є привабливим засобом для поширення інформації про товари і послуги.

## ОФОРМЛЕННЯ ПУБЛІКАЦІЇ

На сьогоднішній день електроніка є товарами, що найбільш купується в Інтернеті, – не менше 70 % товарів в загальній структурі продажів.

Очевидно, що будь-якому магазину потрібні відвідувачі, які надалі стануть покупцями його товарів.

На даний момент існують такі основні способи просування Інтернет-магазину[1]:

- контекстна реклама;
- розміщення прайс-листів на сайтах порівняння цін;

- партнерські програми;
- офф-лайн реклама;
- пошукова оптимізація;
- медійна (банерна) реклама.

Всі ці канали просування ефективні різною мірою і мають кожен свою специфіку. Зупинимося на контекстній рекламі і сайтах порівняння цін, як найбільш актуальних методах просування на сьогоднішній день.

Одним з найбільш ефективних каналів розкрутки Інтернет-магазину[1] безумовно є розміщення прайс-листів товарів на сайтах порівняння цін. Подібне розміщення відбувається, як правило, шляхом експортування даних про наявні товари і цін за допомогою файлу у форматі XML, або іншим способом. Товари потрапляють на сайти порівняння цін в відповідні категорії, де тисячі користувачів зможуть їх побачити і, якщо ціна відповідна, перейти по посиланню на ваш Інтернет-магазин для здійснення покупки. Вартість переходу з подібних сайтів на певний торговий майданчик в середньому складає від \$0,08. Найбільш популярними майданчиками що агрегують пропозиції магазинів є: Price.ua, Nadavi, Hotline.ua, Freemarket.

Дослідження показують, що реклама в WWW[3] може впливати на покупців більш ефективно, ніж теле- чи радіореклама. Згідно оцінок спеціалістів, в кінці 2006 року загальносвітові витрати на Інтернет – рекламу перевищили витрати на рекламу телевізійну.

В Україні ринок Інтернет-реклами розвивається динамічно. Загальна Інтернет-аудиторія на всій території України, без урахування Криму зросла до 59% і складає 21,8

млн користувачів. Такі результати дослідження, проведеного компанією Factum Group Ukraine[4].

Відзначається, що найбільш активно зростає аудиторія старшого віку. Кожен 10-й українець у віці 65 років вже користується Інтернетом. Також повідомляють, що кожен другий мешканець села виходить в Інтернет[5].

Реклама в Інтернеті розподіляється[2] наступним чином (рис.1):



Рис.1. Розподіл реклами в мережі Інтернет

Проведення рекламної кампанії в Інтернеті потребує системного планомірного підходу, починаючи від формулювання конкретних цілей кампанії, методів та використовуваних засобів, і закінчуючи оцінкою ефективності, аналізом результатів і виробленням рекомендацій для проведення майбутніх рекламних кампаній.

Для проведення ефективної рекламної кампанії необхідно визначити наступне[2]:

- головну мету проведення рекламної кампанії;
- основне завдання рекламної кампанії;
- ціль реклами;
- об'єм охопленої аудиторії та потенційних покупців;
- методи оцінки ефективності рекламної кампанії.

Особливістю реклами в Інтернеті є те, що її центральний елемент – це Web-сервер магазину.

На його основі будується весь комплекс рекламних заходів. Мета сервера – розміщення даних про магазин в Інтернеті.

Перед власником Web-сервера стоять 2 основоположні завдання[2]:

- реалізація своєї ідеї на Web-сервері, що виконує певні функції;
- рекламування сервера, щоб користувачі Інтернету знали про його існування та можливість його відвідання.

Отже, роль Інтернет-рекламування дозволяє магазинам долучитись до сучасних технологій, відкриває нові форми роботи з клієнтами, забезпечує можливість постійної взаємодії з партнерами, доступ до різних інформаційних джерел. А також, при належному підході, сайти порівняння цін і контекстна реклама є гнучкими і ефективними каналами просування Інтернет-магазину. Як показує практика, ці рекламні механізми гарантують найбільш цільових, орієнтованих на здійснення покупки товару відвідувачів, що формують основну частину прибутку Інтернет-магазину.

## ЛІТЕРАТУРА

- [1] Efficient promotion of the Internet-shop. <http://www.global-national.in.ua/archive/8-2015/73.pdf>.
- [2] Y. Mironov, R. Kramar, "Advertising Fundamentals". [http://kerivnyk.info/osnovy-reklamnoi-diyalnosti4-4#\\_ftnref4](http://kerivnyk.info/osnovy-reklamnoi-diyalnosti4-4#_ftnref4)
- [3] WWW – World Wide Web. A worldwide network, a synonym for Internet.
- [4] Factum Group Ukraine. <http://factum-ua.com/>
- [5] Amount of regular of Internet users Ukraine. [https://gazeta.ua/articles/life/\\_kilkist-regulyarnih-internetkoristuvachiv-v-ukrayini-zrosla-do-218-mln/633061](https://gazeta.ua/articles/life/_kilkist-regulyarnih-internetkoristuvachiv-v-ukrayini-zrosla-do-218-mln/633061)