

# Інформаційно-рекламне забезпечення діяльності кондитерської компанії

Ярка Уляна  
Кафедра СКІД  
НУ "Львівська політехніка"  
Львів, Україна  
ulyarka74@gmail.com

Занов'як Марія  
Кафедра СКІД  
НУ "Львівська політехніка"  
Львів, Україна  
roksolanavolo@gmail.com

*This article considers the promotional activities of confectionery companies using Internet. Main internet-advertisement methods that confectionery companies use are given. The main advantages of creating a website for the company is described.*

**Ключові слова:** веб-сайт, кондитерська компанія, Інтернет-реклама, рекламна діяльність.

## ВСТУП

Двадцять перше століття пропонує бізнесу нові способи інформаційно-рекламної діяльності. В умовах активного розвитку інформаційного суспільства значна частина компаній створюють свої представництва в мережі Інтернет та запроваджують Інтернет-рекламу своєї діяльності.

Кондитерська галузь є однією з найбільш розвинутих у харчовій промисловості України. Існує багато підприємств, які пропонують потенційним покупцям великий асортимент кондитерських виробів, тому і конкуренція у даній сфері ринку надзвичайно велика. Питання рекламної діяльності таких підприємств в мережі Інтернет набуває особливої актуальності.

## ОСНОВНА ЧАСТИНА

У своїй рекламній діяльності в мережі Інтернет кондитерські компанії мають багато шляхів для представлення, а саме [1]:

- створити веб-сайт, так зване представництво. Де може міститися вся необхідна, для потенційних клієнтів, інформація про компанію, її діяльність, товари і послуги та інше;

- у соціальних мережах створити групи або сторінки компанії;
- здійснювати рекламу на форумах, блогах, дошках оголошення;
- спілкуватися з клієнтами через електронну пошту та здійснювати розсилку новин.

Одним з найбільш популярних і ефективних засобів рекламної діяльності є веб-сайт компанії. Веб-сайт це не тільки обличчя фірми, а й тонкий маркетинговий інструмент, що досліджує інтереси цільової аудиторії, закріплює імідж фірми, просуває торгову марку.

Варіантів створення сайту компаній та підприємств є кілька. Найпоширеніші з них [3]:

- Сайт-візитка;
- Сайт-буклет;
- Промо-сайт;
- Сайт-вітрина;
- Інтернет-магазин.

Найпростіші варіанти корпоративного представництва в мережі інтернет – сайт-візитка та сайт-буклет. Ціль таких веб-сайтів – висвітлити діяльність компанії, подати інформацію про неї та її діяльність.

Сайт-візитка містить мінімальну інформацію про компанію: назву, логотип, контактна інформація, загальні відомості про сферу діяльності. Сайт-буклет містить опис компанії, новини, події, продукцію. Він може містити форми для зворотного зв'язку зі співробітниками компанії і форми для підписки на отримання новин компанії електронною поштою.

Промо-сайт – це інструмент для залучення уваги споживачів до певного товару або послуги. Він спрямований на рекламу певного товару, послуги, бренду або події.

Сайт-вітрина – це ще один ефективний засіб реклами, оскільки він містить різноманітні каталоги продукції чи послуг, галерею, прайс, повнішу інформацію і описи про продукцію і послуги.

Інтернет-магазин – підприємство роздрібно торгівлі, що продає товари і надає послуги покупцям, використовуючи електронні засоби комунікацій.

Наповнення веб-сайту компанії може бути дуже різним.

Проте на сайті кондитерської компанії слід подати такі розділи:

- Головна – містить основну інформацію про компанію і її діяльність;
- Продукція – поданий каталог продукції з описом до кожної запропонованої позиції, а також може бути прайс-лист;
- Новини – подається загальна інформація про кондитерську сферу, оновлення на веб-сайті;
- Контактна інформація – може містити адресу кондитерської компанії, телефон, електронну пошту, посилання на соціальні мережі та будь-який інший варіант для зворотного зв'язку.

Одним з елементів реклами для власних виробів та максимального врахування думок споживачів є книга відгуків. Внесення такого елемента на веб-сайт характеризує підприємство, як чесне. Хороші відгуки привертають увагу, погані дають можливість виправити недоліки.

Можна визначити ряд переваг сайту підприємства:

- висока інформативність, можливість застосування різних форм подання інформації про товар;
- швидке поширення інформації;
- доступність протягом 24 годин на добу для користувача в будь-якій точці земної кулі;
- оперативність у зміні інформації і, отже, її висока актуальність;
- можливість зворотного зв'язку;
- можливість подачі інформації різними мовами, тобто охоплення великої аудиторії користувачів.

Проте важливим є не лише створення веб-сайту, а розповсюдження його в мережі Інтернет. Найпопулярніші з способів поширення сайту в мережі Інтернет це:

- банерна реклама – спосіб рекламування веб-сайту для збільшення його відвідуваності, а також інструмент для створення іміджу компанії, продукції, послуг і т.д. Рекламним носієм є банери [2];
- реклама через соціальні мережі. На сьогоднішній день існує дуже багато популярних груп у соціальних мережах, де пропонують різні товари і послуги компанії та фірми. Такі групи є сприятливим середовищем для розміщення реклами сайту.

## ВИСНОВОК

Створення і підтримка сайту є одним із найважливіших елементів рекламної діяльності підприємств в мережі Інтернет. Для компаній веб-сайт дає ряд можливостей і переваг, оскільки він дозволяє з мінімальними витратами повідомити максимально повну інформацію про компанію потенційним клієнтам, проінформувати про її продукти та послуги, а також забезпечити їх ефективне просування на ринку.

## ЛІТЕРАТУРА

- [1] Ярکا У. "Веб-сайт як засіб комунікативної діяльності суспільства." / Ярکا Уляна, Оксана Бойчук, Леся Ляхович// Інформація, комунікація, суспільство 2016 : матеріали 5-ої Міжнародної наукової конференції ІКС-2014/ НУ "ЛП" – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2016. – С. 72–73.  
– Бібліографія: 1 назва.
- [2] Литовченко І.Л. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 332 с.
- [3] Тардаскіна Т.М. Електронна комерція: Навчальний посібник / Тардаскіна Т.М., Стрельчук Є.М., Терешко Ю.В. – Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова, 2011. – 244 с.