

УДК: 339.13

**Івашко Г.-А. М.**

**Ivashko H.-A.**

Науковий керівник: к.е.н., доцент Піняк І.Л.

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

**КОНТЕКСТНА РЕКЛАМА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ РЕАЛІЗАЦІЇ  
ПРОДАЖІВ ЧЕРЕЗ ІНТЕРНЕТ**

**CONTEXT ADVERTISING AS AN EFFECTIVE METHOD FOR SALES  
IMPLEMENTATION THROUGH THE INTERNET**

Контекстна реклама – це вид реклами в Інтернеті, яка відрізняється однією особливістю: оголошення, які розміщені у вигляді банера або тексту, самі по собі близькі за своїм змістом до теми сторінки. Контекстна реклама є найбільш популярною в пошукових системах. У таких випадках рекламні оголошення знаходяться поруч з результатами, які видаються користувачам за їх запитом.

Контекстна інтернет-реклама – відносно недорогий засіб реалізації продажів через Інтернет, який повністю себе окупує, приносить реальний прибуток.

Найбільш популярною на сьогоднішній час є контекстна реклама Google Adwords та Yandex Direct.

Контекстна реклама має свої переваги:

1. Перш за все, надає швидкі результати. Тобто запуск реклами відбувається протягом доби, а віддачу видно відразу ж.

2. Реклама привертає увагу тільки тієї аудиторії, яка зацікавлена в цьому, а, отже, забезпечується висока конвертація клієнтів. Як наслідок, клієнти швидко конвертуються в покупців, тому що саме ця аудиторія зацікавлена в послугах (продуктах).

3. Можливість проведення рекламної кампанії з невеликим бюджетом. Оплата здійснюється тільки за кліки, а не за перегляд. Контекстні рекламні кампанії можуть ефективно проводитися при бюджеті від 100 доларів за місяць.

4. Необмежене охоплення ключових запитів: кількість ключових запитів, що використовуються в контекстних рекламах, може обмежуватися лише бюджетом самої рекламної кампанії.

Контекстну рекламу поділяють на два основних види:

1). пошукова контекстна реклама. Це реклама, яка здійснюється за допомогою пошукових систем. Вона відображається користувачам лише в тому випадку, якщо ними запитується інформація з певної теми. Така реклама сприймається як додаткова інформація. Прикладом такої реклами на сьогоднішній час є реклама Google, яка в Україні займає перше місце.

2). тематична контекстна реклама. Така реклама розміщується лише на сайтах з відповідною тематикою. Має високий рівень довіри, тому що сприймається користувачем як доповнення до наявного змісту.

На сьогоднішній день сервіси контекстної реклами надають величезну кількість налаштувань. Тому створюється відчуття, що рекламу можна направити тільки на тих користувачів, яким потрібен тільки цей товар або послуга. Рекламодавець сьогодні може налаштувати регіон, а також час доби, в який буде видно його пропозицію. Самостійно обираючи час і місце показу, рекламодавець відсіває незацікавлених користувачів. Для того, щоб рекламна компанія фірми стала ефективною необхідно мати достатній бюджет, а також чітко позиціонувати свою пропозицію на ринку.

У підсумку, можна зазначити, що саме збалансованість в поєднанні з грамотними рекламними текстами, необхідним фінансуванням і перевіреними рекламними майданчиками, дозволить досягти ефективності на максимальному рівні, зазнавши при цьому мінімальних витрат.