

УДК 339.13

Пантелімон Оксана

Pantelimon Oksana

Науковий керівник: к. е. н., доцент Шпилик С.В.

Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя

ІМІДЖЕВА РЕКЛАМА В ІНТЕРНЕТІ

IMAGE ADVERTISING IN INTERNET

Іміджева реклама – це комунікація зі споживачами через матеріали, метою яких є створення особливого ставлення до бренду або компанії. Тобто, під іміджевою (корпоративною, фірмовою) рекламою розуміють комерційну пропаганду позитивного образу компанії. Така комунікація створює необхідний образ компанії, нагадує про неї, доносить ідеї та місію компанії, формує становище "надійної компанії" [1].

На думку експертів у сфері реклами іміджева реклама в Інтернеті може: створити у широкого кола споживачів сприятливе ставлення до компанії; переконати споживачів у тому, що діяльність компанії приносить користь суспільству; змусити споживачів асоціювати ім'я компанії і її товарні знаки з високою якістю товарів і послуг; підвищити обізнаність споживачів про компанію [2]. Зазвичай, реклама для створення іміджу запускається масово і з величезним бюджетом. Для цього використовуються такі онлайн-канали: 1) Інтернет-банери; 2) "Вірусні" відео і фото; 3) Статті / новини в Інтернет ЗМІ [2]. Також багато компаній практикують: участь в спонсорських програмах (має сенс тільки в тому випадку, коли така участь однозначно отримає широкий розголос); створення власних контент-проектів, здатних залучити значно ширше коло відвідувачів, ніж вузько спеціалізована компанія, що підвищує обізнаність споживачів про компанію, збільшує її престиж; PR-акції; вступ в партнерські відносини з відомими Інтернет-компаніями, платіжними системами, Інтернет-провайдерами тощо. Такі відносини дозволяють

покращити сервіс, що надається клієнтам, і перенести на компанію частину позитивного іміджу партнера [1].

Імідж Інтернет-компанії визначається критеріями: рівень відповідальності по відношенню до споживачів; якість товарів і послуг, їх унікальність і реальна користь; стабільність роботи серверів (відсутність перебоїв, що призводять до тимчасової недоступності сайту компанії), швидкість роботи; якість дизайну сайту, зручність і продуманість системи навігації; обізнаність споживачів про існування компанії і її діяльність; фінансова стабільність, рентабельність компанії; активність інноваційної діяльності компанії; професійний рівень та компетентність персоналу [2].

Іміджева інтернет-реклама – це комплекс заходів із підвищення іміджу в мережі, метою яких є привернення уваги широкої аудиторії. Інтернет-маркетологи давно звернули увагу на те, що чим менше реклама схожа на рекламу, тим більший первинний ефект. Іміджева реклама в руках рекламодавця, що володіє широким діапазоном знань про цільову та потенційну споживчу аудиторію, співвідношення попиту і пропозиції на ринку, затребуваність товару чи послуги в певному ринковому секторі, потреби різних географічних, демографічних, поведінкових і психографічних груп користувачів, зможе стати потужним і високорезультативним інструментом впливу на споживача, формування позитивного статусу торговельної марки та отримання сильно вираженого ефекту рекламних заходів в мережі Інтернет.

Перелік посилань:

1) Інтернет-реклама [Електронний ресурс] / Вікіпедія. – 2015. – Режим доступу до статті : <https://uk.wikipedia.org/wiki/Інтернет-реклама>

2) Як просувати бізнес в Інтернеті: топ-тренди та поради [Електронний ресурс] / ЗМІ «Канал 24». – 2015. – Режим доступу до статті: http://24tv.ua/yak_prosuвати_biznes_v_internet_toptrendi_ta_poradi_n539074