

**ЛЕКЦІЯ 9. МАРКЕТИНГОВІ
КОМУНІКАЦІЇ В ІНТЕРНЕТ-
ПРОСТОРІ**

ЩО ТАКЕ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ?

Інтернет-маркетинг можна визначити як сукупність методів і засобів організації та здійснення ринкової діяльності підприємства за всіма складовими комплексу маркетингу в інформаційній мережі Інтернет з метою отримання бажаного відгуку від цільової аудиторії і задоволення споживачів.

СПІЛЬНЕ ТРАДИЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ З ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГОМ

наявність об'єкта комунікаційного впливу (рекламне повідомлення)

наявність суб'єкта комунікаційного впливу (відвідувач)

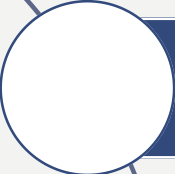
універсальності всіх прийомів як традиційного, так і онлайн-просування

ВІДМІННЕ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ВІД ТРАДИЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ

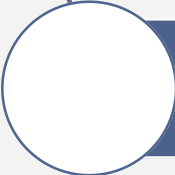
Рекламний вплив переважно персоналізований, тобто одну рекламну демонстрацію спостерігає лише один відвідувач або ж чітко визначена кількість відвідувачів (у випадку E-mail розсилок)

Інтернет-аудиторію значно простіше визначити за використанням технічних пристроїв (лічильників, Cookie), ніж аудиторію традиційних рекламних носіїв, що нівелює необхідність використання дорогих опитувань та інших неточних механізмів.

ПЕРЕВАГИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В ІНТЕРНЕТ ПРОСТОРИ




Інтернет відкриває можливості доступу до інформації та споживчої думки в набагато більшому обсязі, ніж традиційні способи маркетингової діяльності.



Моніторинг ринку, ознайомлення з великими обсягами маркетингової інформації в зручний час практично в будь-якому місці.



Можливості Інтернет дозволяють розширити торговий простір, формують нові способи комунікації зі споживачами, створюють інноваційні способи просування продукції.



Інтернет надає користувачам великі можливості по розповсюдженню, отримання та аналізу інформації, а також вироблення і прийняття ринкових управлінських рішень.

МАРКЕТИНГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Маркетинг у соціальних мережах, або **SMM** (англ. **social media marketing**) — комплекс заходів щодо використання соціальних медіа як каналів для просування компаній та вирішення інших бізнес-завдань

ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ SMM

- SMM з'явився пізніше за розкрутку сайтів (SEO) у пошукових системах.
- **SMM** тоді став свого роду відгалуженням **SEO**.
- SMM став ефективним інструментом після створення великих соціальних мереж, подібних Facebook або Твіттер.
- Набір засобів SMM-маркетингу досить великий, адже він покликаний зацікавити не «пошукових роботів», а живих людей. **Головне завдання — вписатися в систему тієї соціальної мережі, в якій проводиться рекламна кампанія.**
- Необхідно провести таку кампанію, яка пробудить інтерес до сайту з боку максимальної кількості членів соціальної мережі, одночасно не викликаючи нарікань з боку адміністрації ресурсу. **Головним чином використовується публікація матеріалів, цікавих користувачам мережі.**
- Як висновок, **оптимізатору необхідно мати високий рівень майстерності для того щоб не бути включеним в число спамерів.**



Проводячи маркетингову акцію в Facebook, переслідував дві мети – просунути певний ресурс і привернути увагу до меблевого бренду “Showroom”.

Була створена сторінка директора магазину в одному з міст Швеції. У директорський профіль були завантажені фотознімки приміщень магазину з товаром. Користувачі, що живуть поблизу магазину, отримали можливість відзначитися на товарі, який вони бажали б отримати в якості подарунка. Результати, знову ж, опубліковані не були, але достеменно відомо, що користувачі, хто встиг першим взяти участь в акції, дійсно отримали меблі.

ПРИНЦИПИ ПРОСУВАННЯ

- ви маєте стати **«своїм»** у співтоваристві
- **публікуйте корисну інформацію** і не тільки зі своїх сайтів
- якщо не можете стати своїм у чужому співтоваристві — **створіть щось своє** за вашою тематикою
- ваша **інформація має бути цікавою** навіть тоді, коли це рекламна інформація
- якщо ви опублікуєте суперечливу інформацію, то пам'ятайте, що у вас **з'являться як прихильники, так і противники**
- важливим фактором є **вік та авторитетність аккаунту**

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ SMM

Переваги	Недоліки
<ul style="list-style-type: none">• впізнаваність бренду	<ul style="list-style-type: none">• необхідність бути комунікабельним і підлаштовуватися під аудиторію
<ul style="list-style-type: none">• робота з цільовою аудиторією	
<ul style="list-style-type: none">• прямий зворотній зв'язок	<ul style="list-style-type: none">• підходить не всім брендам і видам послуг
<ul style="list-style-type: none">• покриває цільову аудиторію, яка не реагує на класичні види реклами	<ul style="list-style-type: none">• неправильний підхід викличе негатив у споживача
<ul style="list-style-type: none">• поєднує маркетинг і піар	<ul style="list-style-type: none">• висока конкурентність

ОСНОВНІ МЕТОДИ ТА ПЛАТФОРМИ SMM

Основні методи

створення сторінки [бренду](#)

робота з [блогосферою](#)

репутаційний [менеджмент](#)

персональний [брендинг](#)

Платформи SMM

Соціальні мережі — [Facebook](#), [Instagram](#), [Google+](#), [LinkedIn](#).

Блогосфера — [Twitter](#), [LiveJournal](#)

ПОШУКОВА ОПТИМІЗАЦІЯ САЙТУ

Пошукова оптимізація сайту або ж **SEO** (англ. **search engine optimization**) — процес коригування HTML-коду, текстового наповнення (контенту), структури сайту, контроль зовнішніх чинників **для відповідності вимогам алгоритму пошукових систем, з метою підняття позиції сайту в результатах пошуку** в цих системах за певними запитами користувачів.

Чим вище позиція сайту в результатах пошуку, тим більша ймовірність, що відвідувач перейде на нього з пошукових систем, оскільки люди зазвичай йдуть за першими посиланнями.

ЧИННИКИ ОПТИМІЗАЦІЇ

- **SEO** – це вдосконалення сайту для пошукових систем та користувачів, що відбувається шляхом проведення заходів по **внутрішній** (все що стосується сторінок сайту) та **зовнішній** (підвищення авторитету в очах пошукової системи) оптимізації. Метою seo оптимізації є **збільшення трафіку** на сайт та його подальшої монетизація (для інформаційних ресурсів) або перетворення в клієнтів (для комерційних ресурсів).



ВНУТРІШНЯ ОПТИМІЗАЦІЯ САЙТУ

- Внутрішня оптимізація сайту (onpage seo) – це покращення сторінок сайту з точки пошукових систем та користувачів. Основне завдання – **зробити сторінку максимально релевантною відповідному пошуковому запиту, або групі запитів.**

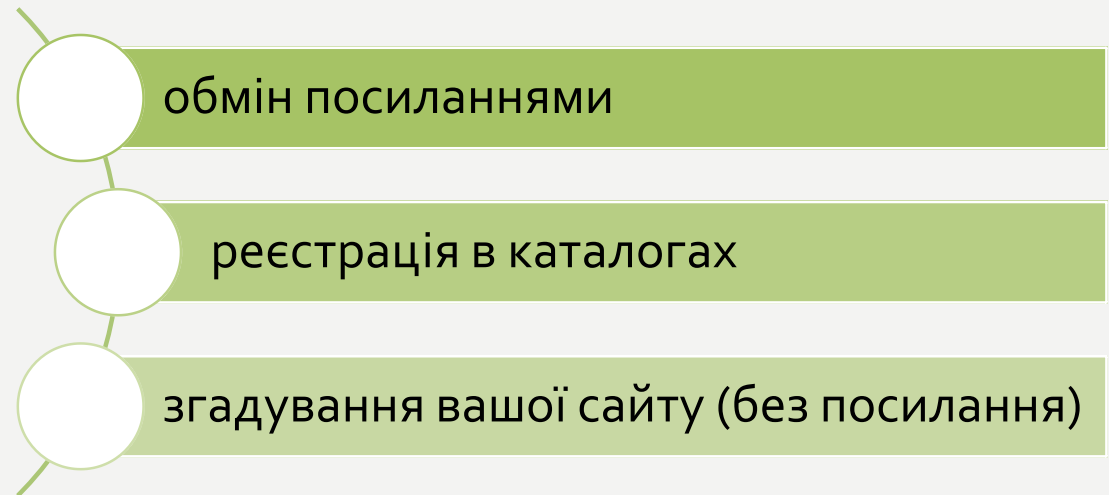


ЗОВНІШНЯ ОПТИМІЗАЦІЯ САЙТУ

- В основному зовнішня оптимізація (offpage seo) зводиться до отримання зовнішніх посилань на сайт.
- Якщо пояснити просто, то: чим більше говорять та посилаються на ваш ресурс, тим більш популярним та авторитетним він здається пошуковим системам.
- Відповідно вони підіймають його в результатах пошуку.

Але існує безліч додаткових факторів, наприклад:

1. якість ресурсів які на вас посилаються;
2. трафік на сторінку з посиланням;
3. кількість посилань з однієї сторінки;
4. запамленість донорів;
5. багато іншого.



МЕТОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ

Біла оптимізація

Сіра оптимізація

Чорна оптимізація

БІЛА ОПТИМІЗАЦІЯ

- Біла оптимізація — оптимізаторська робота над ресурсом **без застосування офіційно заборонених кожною пошуковою системою методів** розкручування ресурсу — без впливу на пошукові алгоритми сайтів.
- Вона **включає в себе** роботу над самим сайтом, тобто над його внутрішньою навігацією і вмістом, і роботу з зовнішнім середовищем сайту, тобто просуванням цього сайту шляхом оглядів, прес-релізів, реєстрації в соціальних закладках, партнерських програм тощо із зазначенням посилань на сайт.
- Слід зазначити, що навіть якщо який-небудь метод оптимізації не є офіційно забороненим, це не означає, що його можна застосовувати

Важелі просування

– наповнення вашого сайту унікальним контентом і додавання в кожную статтю ключових слів.

– створення оптимальної для використання структури сайту.

– адаптація вашого сайту відповідно запитів пошукових систем (установка спеціальних seo-модулів, усунення битих посилань, установка robots.txt, усунення помилок в коді сайту і т.п.)

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ БІЛОЇ ОПТИМІЗАЦІЇ

Переваги	Недоліки
<ul style="list-style-type: none">• Потенційний користувач, потрапляючи до вас на сайт, відчуває себе максимально комфортно.	<ul style="list-style-type: none">• Витратне просування порівняно з іншими методами
<ul style="list-style-type: none">• При індексації та ранжирування вашого сайту ви можете бути впевнені в тому, що не виникне ніяких проблем.	
<ul style="list-style-type: none">• Ризик потрапити в бан зменшується до самого мінімуму, так як при використанні посилань – зростає в рази.	<ul style="list-style-type: none">• Таке просування дуже затратне по часу

СІРА ОПТИМІЗАЦІЯ

- До сірої пошукової оптимізації можна віднести **додавання великої кількості ключових слів в текст сторінки, часто з втратою причетності для людини**, наприклад: *«Масло масляне, тому що в ньому є похідні від масла масляні жири»*
- По суті, **оптимізація полягає спочатку в підборі ключових запитів для конкретної веб-сторінки**, визначенні розміру цільового "SEO-тексту" і необхідної частоти ключових слів у ньому, а потім у формулюванні пропозицій і фраз, які містять кількаразове повторення ключових запитів певну кількість разів у різних відмінках, однині та множині, а також різних формах дієслів. Ці параметри можуть потім коригуватися за результатами видачі пошукових систем.
- При цьому **завдання SEO-копірайтера** — написати оригінальний текст таким чином, щоб подібна оптимізація була якомога менш помітна «живому» читачеві
- **Сіра оптимізація відрізняється від чорної тим, що вона офіційно не заборонена**, але її використання все одно може бути розцінене як неприродне завищення популярності сайту.
- Деякі пошукові системи, наприклад, [Google](#), можуть тимчасово або назавжди заблокувати такий сайт. Тобто, остаточне рішення про те, чи є методи просування законними чи ні, приймає фахівець — модератор пошукової системи, а не програма.

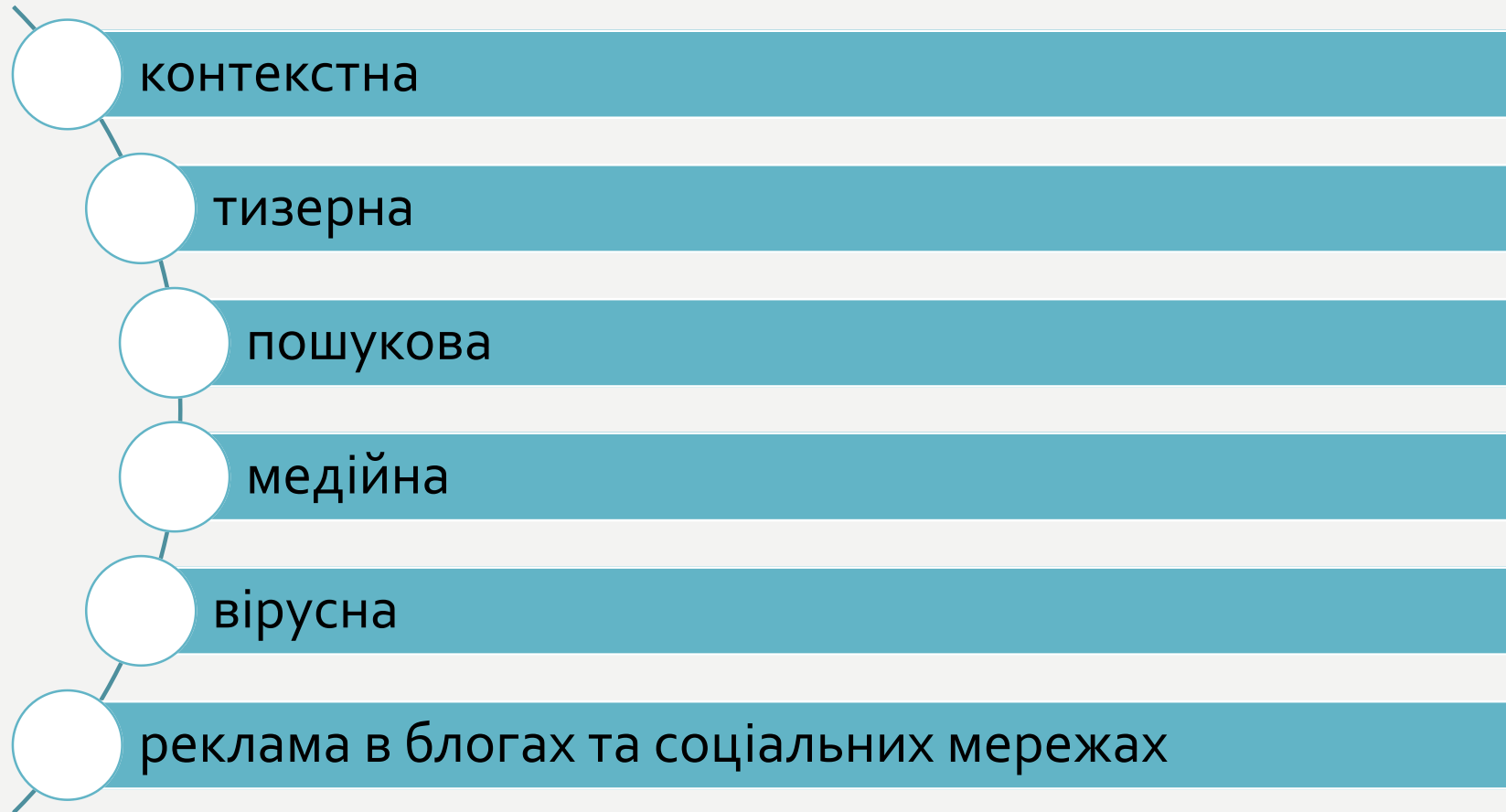
ЧОРНА ОПТИМІЗАЦІЯ

До чорної оптимізації відносяться всі методи, які суперечать правилам пошукових систем.

Серед них можна виділити наступні:

- 1. використання дорвеїв** (сторінок і ресурсів, створених спеціально для роботів пошукових систем, найчастіше з великою кількістю ключових слів на сторінці),
- 2. прийом під назвою клоакінг** (користувачеві віддається одна сторінка, що легко читається, а пошуковому роботу — інша, оптимізована під які-небудь запити),
- 3. використання прихованого тексту** на сторінках сайту, використання «однопіксельних посилань».

ТИПИ РЕКЛАМИ В ІНТЕРНЕТ ПРОСТОРИ



КОНТЕКСТНА РЕКЛАМА

- Контекстна реклама (англ. Content-targeted advertising) — принцип розміщення реклами, коли реклама орієнтується на зміст інтернет-сторінки вручну або автоматично, може бути у вигляді банера чи текстового оголошення.
- Наприклад, на сайті, присвяченому мотоциклам, контекстна реклама пов'язуватиметься з мотоциклами та мотоциклістами. Принцип контекстної реклами характерний також для друкованих ЗМІ, де відповідно до змісту матеріалів чи тематики видання публікується та чи інша інформація.
- Однією із переваг контекстної реклами є геотаргетинг (англ. Geotargeting), можливість обирати географію показу сторінок.

Бытовая техника

Новинки Покупка Доставка Контакты

Яндекс Директ
[Тепловентилятор Smile. Акция!](#)
Цены снижены. Всего 699 руб.
Спешите, предложение ограничено!
[meggymall.ru](#)

[Радиаторы отопления](#)
Сравнение цен на радиаторы отопления. Все предложения Челябинска!
[chel.pulscen.ru](#)

Все объявления

Яндекс Директ
[Радиаторы отопления](#)
Сравнение цен на радиаторы отопления. Все предложения Челябинска!
[chel.pulscen.ru](#)


Все объявления

1 700 2 300 5 000


ТИЗЕРНА РЕКЛАМА

- Реклама-дражнилка, тизер (англ. teaser — «дражнилка») — рекламне повідомлення, зроблене як загадка, що містить частину інформації про продукт, але ніяк не називає рекламований товар.
- Дражнилки зазвичай з'являються на ранньому етапі рекламування товару та служать для створення інтриги навколо нього.
- Тизерне оголошення - це рекламний банер, візуальний і текстовий контент якого включає елементи інтриги і загадки. Головна мета повідомлення - спонукати користувача клікнути по картинці, завантажити і перейти на цільову сторінку.


MEDIAVENUS



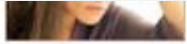
Пенсионеры! Не стригите грибовые ногти! Они выводятся просто: возьмите 9 гр...




Выпуск, за который уволили Малахова! Как аптеки губят людям суставы и спину...



Возрастной жир уйдет с живота и боков, если пить натощак дешевый...




Способы удаления папиллом




Папилломы - доброкачественные образования на коже, еще бывают и на слизистых. Иногда они...

Как правильно пить воду, чтобы похудеть




Вода - это не просто жидкость. Это основа жизни. Без воды человек не может существовать. Поэтому пить воду полезно и необходимо.

Подбираем витамины для укрепления иммунитета



Сегодня даже у молодых людей есть проблемы с суставами. И это может быть связано с неправильным питанием и образом жизни.

Маска из семян льна для лица



На протяжении тысячелетий льняные семена используются в народной медицине. Они обладают противовоспалительными и антибактериальными свойствами.

Как удалить бородавки в домашних условиях

ПОШУКОВА РЕКЛАМА

- Окремий тип контекстної реклами — пошукова реклама, розміщується у пошукових системах.
- Коли користувачі здійснюють пошук у пошуковиках за одним із ключових слів, оголошення може з'являтися поруч із результатами пошуку.
- Таким чином привертається увага аудиторії, яка вже зацікавлена в тому, що пропонує рекламодавець.

The image shows a Google search results page for the query "взяти кредит". The search bar at the top contains the text "взяти кредит" and the word "запит" (query) below it. The search results are categorized under "Інтернет". The page shows several search results, with a large yellow box highlighting a specific advertisement. Red arrows point to this box from the text "контекстна реклама" (contextual advertisement) and "видача звичайна" (regular output). The advertisement text includes:

Оголошення, пов'язані із запитом **взяти кредит**

[Кредити готівкою до 75 000 грн - banktrust.com.ua](http://www.banktrust.com.ua/kredyty/)
www.banktrust.com.ua/kredyty/
від Банк ТРАСТ Сам собі господар!

[Взяти Кредит - 0% Кредит до 55 днів, без Справок.](http://www.privatbank.ua/Взяти+Кредит)
www.privatbank.ua/Взяти+Кредит
Взять Кредит за 20 минут!

[Взять кредит наличними - До 50 0000 грн - rccf.ua](http://www.rccf.ua/взять+кредит)
www.rccf.ua/взять+кредит
Сломай представление о кредите: бери больше - плати меньше!

[Кредити готівкою - Platinum Bank](http://ua.platinumbank.com.ua/view.creds/)
ua.platinumbank.com.ua/view.creds/
Чому мені вигідно **взяти кредит**? Не потрібно накопичувати необхідну суму для здійснення покупки; Отримання кредиту без застави та поручителів ...

[Де взяти кредит \(10-20 тис. \\$\) в доларах? | DOU](http://dou.ua/forums/topic/2223/)
dou.ua/forums/topic/2223/ - Перекласти цю сторінку
повідомлень: 9 - авторів: 3 - 6 лип. 2010
Цікавить невеликий **кредит** під житло, треба приблизно 15тис.\$.. Оскільки кредити зараз в доларах заборонені, то може хтось знає чи в ...

On the right side of the page, there is a section titled "Рекламні оголошення" (Advertisement listings) containing several more advertisements for loans, such as "Кредит наличними" (Cash loan) and "Кредит онлайн до 50000 грн" (Online loan up to 50,000 UAH).

МЕДІЙНА РЕКЛАМА

- Медійна (дисплейна) реклама (англ. Display advertising) — сучасний вид візуальної маркетингової комунікації, сукупність засобів, інструментів, технологій, пов'язаних з передачею комерційної інформації в мас-медіа.
- Медійна реклама — результативний інструмент віртуального позиціювання, закріплення бренду, логотипу (торговельної марки, товарного знаку) у свідомості потенційних споживачів.
- Використання медійної реклами дозволяє налагодити прямий діалог з покупцем.



ВІРУСНА РЕКЛАМА

- Вірусна реклама в Інтернеті - це мікс реклами та маркетингових ходів, які використовуються компаніями, для підвищення впізнаваності бренду, продукту або певної послуги.
- З одного боку, це виглядає просто, потрібно тільки зацікавити людину. Але для того щоб це зробити, повинна бути пророблена колосальна робота з вивчення тенденцій сучасного ринку, а також цілей і настрою користувачів.
- Суть вірусного маркетингу полягає в тому, щоб інформація передавалася добровільно від однієї людини до іншої.
- Користувачі соціальних мереж поширюють «вибухове» відео з завидною швидкістю. В результаті контент набирає мільйони переглядів, а автори — мільйони доларів.



РЕКЛАМА В БЛОГАХ

- Реклама в блогах, як пряма, так і прихована, має певне завдання - вустами «народу» розповісти про Вашу компанію.
- Складність полягає не тільки в тому, щоб створити меседж, який знайде відгук у жителів блогосфери, а й в тому, щоб контролювати весь потік коментарів і обговорень, направляти його в потрібне русло.

