

БІРЖА СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ ТА РЕКЛАМИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ІСТОРІЯ СУПЕРЕЧНОСТЕЙ

Мельник Ю.М., к.е.н., доц.

Сумський державний університет (м. Суми, Україна)

Біржа соціальної реклами (БСР, 2007 р.) – проект Всеукраїнської рекламної коаліції (ВРК). Мета БСР – підвищити професійний рівень соціальної реклами шляхом залучення провідних рекламних агенцій. Деякі рекламні агенції прагнуть поділитися досвідом у створенні ефективної соціальної реклами та створювати нові ідеї для соціальних проєктів, але ті організації, які займаються створенням такої реклами не знають про таку можливість. БСР – це посередник між тими, кому потрібна якісна соціальна реклама, та тими, хто може її створити. Функції консультанта з соціальної реклами: розроблення стратегії соціальної кампанії, визначення ключового повідомлення, визначення цільової аудиторії, вибір оптимальних комунікаційних інструментів, оцінювання ефективності соціальної кампанії, вибір рекламної агенції для втілення проєкту тощо. Мотиви, якими керується рекламна агенція при створенні безкоштовної консультації: створити певну цінність, реклама і піар, можливість всесвітнього визнання [1].

Але термін соціальної реклами сьогодні помилково набув ще одного значення – це реклама у соціальних мережах. Популярність соціальних мереж та їх рекламний потенціал досить значні. Розглянемо існуючі спеціалізовані біржі реклами в соціальних мережах, на блогах та форумах. Такі біржі з'явилися досить недавно, але вже з'явилися лідери цієї швидкозростаючої галузі [2]:

1) ФорумОк. Спочатку біржа була орієнтована тільки на рекламу на форумах, але тепер рекламу через цю біржу можна розміщувати і в мережах Twitter, Вконтакте, Однокласники, Facebook, Мой мир, спільнотах Mail.Ru и Google+.

2) Socialtools. Ця біржа також орієнтована на рекламу в популярних соціальних мережах. Існує два типи замовлень: 1) «пост» це одноразове завдання, яке оплачується після його виконання, 2) «поле» – завдання з почасовою оплатою. Особливість – можливість окремо замовити рекламу в «зірок», тобто популярних блоггерів з тисячами читачів.

3) V-klike. При створенні цієї біржі узяли принцип «оплата за кліки». Для рекламодавців і для виконавців в системі роздільна реєстрація. Мінімальна вартість кліка – всього 0.003\$. Рекламодавець отримує 5\$ на рахунок при реєстрації, крім того, йому дають бонуси за кожну витрачену в системі тисячу у вигляді поповнення рахунку в інших сервісах власників системи, наприклад, idomen, liex і т.п. Основний принцип – все максимально швидко, максимально дешево, максимально автоматизовано.

4) Sarafanka. Представлена як біржа вірусного маркетингу. Спеціалізується на рекламі Вконтакте, хоча планується підключення інших соц. мереж. Доступні завдання: розповісти друзям, лайк, статус, підписка на публічну сторінку, вступ до групи, участь у зустрічі. Додаткові налаштування дозволяють задати час і частоту

розміщення реклами, відібрати виконавців. Біржа досить популярна – в ній зареєстровано більше 100 тис. користувачів.

6) SMMKA. Біржа для реклами Вконтакте, ціни на рекламу в ній фіксовані (в рос.рублях: лайк – 30 коп., друзі – 50 коп., вступ до групи – 1 рубль.), рекламодавець лише вибирає кількість учасників, які виконують завдання. Мінімум фільтрів – лише стать і країна.

6) Sociate. Біржа дозволяє розміщувати рекламні пости в групах Вконтакте. Можливість відсортувати групи за різними параметрами – тематиці, числу підписників і т.п. В систему приймаються групи з 1000 і більш за учасниками, власник групи сам може призначати ціни за рекламу.

7) Vktarget. Біржа для реклами Вконтакте. Ця біржа дозволяє розміщувати завдання як для окремих виконавців, так і для груп. Є фільтри для відбору і тих і інших.

8) Trendio. Біржа для реклами Вконтакте. Дозволяє розміщувати рекламу в групах (реклама розміщується автоматично).

9) Twitandlike. Біржа для реклами Вконтакте. Доступні 2 типи завдань – вступ до групи і розміщення рекламних постів (як у групах, так і на сторінках користувачів).

10) Feeclick. Біржа для реклами в соціальних мережах з поклікової моделлю оплати. Широкий вибір майданчиків для розміщення – популярні соціальні мережі і блоги. Система розташовує майданчики по рейтингу і обіцяє надійний захист від накрутки кліків.

11) Prospero. Біржа банерної реклами, але її перепрофілювали і перетворили на біржу для реклами в твіттері і соціальних мережах. Доступна також реклама в блогах і на форумах. Оплата можлива як просто за розміщення рекламного поста, так і за кліки. Ціни на рекламу досить низькі.

12) Блогун. Ця біржа давно всім відома як біржа для реклами в блогах. Проте недавно вона підключила і соціальні мережі – Вконтакте, Facebook, Google+ і ін.

Таким чином зазначені категорії суттєво відрізняються та виконують різні функції на сучасному ринку комунікацій.

1. Офіційний сайт Біржі соціальної реклами. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://socialadvertising.com.ua>.

2. Реклама в социальных сетях – обзор методов и бирж. – Раскрутка и seo. – 2012. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://seoexperimenty.ru/archives/637>.

Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 24-26 квітня 2013 р. / За заг. ред. О.В. Прокопенко. — Суми : СумДУ, 2013. — Т.2. — С. 146-148.