

УДК 339.13

Богдан Копач

Bogdan Kopach

Науковий керівник – к.е.н., доцент Оксентюк Б.А.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**БАНЕРНА РЕКЛАМА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ В
ІНТЕРНЕТ
BANNER ADVERTISING AS A TOOL FOR PROMOTING IN
INTERNET**

На сьогоднішній день важко обійтись без Інтернету. Розвиток Інтернету формує нову соціокультурну ситуацію та проектує звичну рекламу в Інтернет середовище. Слід зазначити, що в Інтернеті є багато різної реклами, а саме медійна реклама, банерна реклама, контекстна реклама. Більш детально зупинимось на банерній рекламі.

Найбільш поширеним та ефективним видом реклами в Інтернеті є рекламні банери, малі, графічні елементи, які розташовують на веб-сайтах. Банер – це графічне зображення розташоване на сторінці веб-сайту видавця. Банерна реклама вимагає не великих вкладень і може бути використаною як для просування товару так і для створення, підвищення іміджу компанії. Інформація на банерах має бути максимально короткою і спокусливою для відвідувача сайту аби спонукати їх перейти саме на даний банер. При створенні банеру слід використовувати більш яскраві тексти і картинки для заохочення перейти на сайт компанії. Клік по банеру переходить на сайт рекламодавця – компанії, що розмістила банер.

Справжні динамічні банери сьогодні створюються з допомогою Flash-анімацій, які створюють рекламні звернення в дивовижний міні-фільм.

В порівнянні із контекстною рекламою, банерна реклама більш трудомісткий та менш гнучкий вид реклами. Оплата за рекламу

здійснюється двома способами: за кількістю показів та за кількістю фактичних переходів на сайт.

Визнано що банерна реклама являється потужним інструментом іміджевої реклами. Дана реклама розміщується трьома основними способами: 1) Застосування спеціальних служб для обміну банерів, які забезпечують показ банерів на інших сторінках на обмін показів на ваших сторінках чужих банерів; 2) Домовленість із веб-розробником іншої сторінки про взаємне розміщення банерів. Доцільно обмінюватись зі сторінками схожої тематики, оскільки ефективність буде набагато більша. Але потрібно розуміти, що обмін банерами з конкурентами може привести до негативних наслідків; 3) Купівля прав на показ банерної реклами у відповідного підприємства. Рекламодавець сплачує кошти пошуковому серверу, банерній системі або популярному веб-сайту за показ банера на їх сторінці.

Також слід зазначити, що дуже часто при проведенні рекламної компанії основна увага спрямована тільки на банерну рекламу. Під час складання рекламної компанії потрібно зрозуміти, що існують також не банерні засоби реклами. Оскільки банери – це найбільш складний засіб реклами, то вона потребує підготовки для їх створення і втілення в реальність.

Таким чином, Інтернет реклама розвивається дуже швидко і банерна реклама не виняток. На сьогоднішній день банерна реклама характеризує себе як: мінімізація витрат на Інтернет рекламу, ефективність (при розробці унікального і яскравого банера), підвищення іміджу компанії, при налагодженій рекламній компанії це потребує мінімум зусиль, можливість відстежити ефективність банерної реклами, дану рекламу можна скоординувати на коло споживачів які потребують певний товар.