

УДК 659.1

Кочнова І.В.¹, Ладиженко Н.С.²

¹ старш. викл. НУ «Запорізька політехніка»

² студ. гр. ФЕУ-412 НУ «Запорізька політехніка»

НАТИВНА РЕКЛАМА – НОВИЙ ФОРМАТ ЕФЕКТИВНОЇ РЕКЛАМИ

За останні роки в медіапросторі застосовуються більш сучасні інструменти просування продукції та послуг. Сучасний споживач вже добре орієнтований в медійному просторі та розбиратися у рекламі, тому не так легко йому щось нав'язати. Реклама яку ми бачимо кожен день не втратила свою актуальність, але з кожним днем вона стає все більш нав'язливою. Тому сучасні працівники у сфері реклами знайшли новий спосіб отримати увагу потенційних покупців.

У 2011 р. з'явився термін нативна (природна) реклама (Native Ad). Нативна реклама – це платний вид реклами, який гармонує з контентом платформи, на якій вона розміщена.

Нативна реклама представляє собою специфічний формат рекламного контенту, розроблений з метою викликати враження природності та непомітності серед споживачів. Її головна мета полягає в тому, щоб вона інтегрувалася в навколишній контент непомітно та природньо, щоб зменшити опір аудиторії та забезпечити більш ефективне сприйняття рекламного повідомлення. Цей формат реклами має за мету зробити рекламу менш нав'язливою, дозволяючи їй злитися з оточуючим середовищем і стати частиною нормального досвіду споживачів.

Додатковою перевагою нативної реклами є можливість створення тривалих відносин з аудиторією. Створення такої реклами вимагає індивідуаль-

ного підходу, щоб вона відповідала обраному медіа каналу. Її метою є привертання уваги користувачів, надаючи контент, який відповідає їхнім інтересам та потрапляє туди, де вони активно шукають інформацію. Головна мета нативної реклами полягає в створенні позитивного враження у читачів, сприяючи поширенню реклами через самих користувачів, а також формуванню іміджу компанії, підвищенню лояльності до бренду та збільшенню обсягів продажів.

Варто відзначити, що розвиток цифрових платформ і соціальних мереж сприяє розширенню можливостей нативної реклами. Контент-маркетинг та впливовий маркетинг стають все більш популярними стратегіями, і нативна реклама є ефективним інструментом для їх втілення.

Популярні платформи для розміщення нативної реклами включають соціальні мережі з великою аудиторією, такі як YouTube, Instagram, Facebook, Twitter і TikTok. Нативна реклама найбільш популярна в Instagram і TikTok, оскільки візуальна інформація сприймається користувачами краще, ніж текстова. Серед методів впливу на аудиторію виділяються: відгуки лідерів думок, добірки лайфхаків, покрокові відео інструкції та інфографіка.

Дослідження підтверджують, що нативна реклама демонструє надзвичайно високі показники клікабельності, які можуть бути від 5 до 10 разів вищими порівняно з іншими форматами реклами. Це свідчить про те, що користувачі більш схильні реагувати на рекламу, яка інтегрована в їхній звичайний контентовий досвід та відповідає їхнім очікуванням.

Щоб нативна реклама була ефективною, важливо враховувати кілька ознак при її розповсюдженні:

- вона повинна бути розміщена на тій платформі, де знаходиться цільова аудиторія бренду;
- нативна реклама повинна органічно вписуватися в концепцію платформи. Зазвичай у написанні матеріалу бере участь редакція сайту;
- на першому місці – корисна інформація, а вже потім рекламне повідомлення. Пряме закликання до дії може викликати негативну реакцію;
- унікальний контент, власний для кожної платформи;
- відсутність рекламних міток – коли людина читає або дивиться цікавий матеріал, їй байдуже, чи він був оплачений чи ні.

На наш погляд, нативна реклама залишається актуальною завжди, оскільки вона не лише інтегрується в контент непомітно для користувача, але й дозволяє брендам ефективно спілкуватися з аудиторією. Цей формат реклами може стати ключем до покращення сприйняття бренду та збільшення продажів. Нативна реклама відкриває нові можливості для залучення уваги, особливо у світлі зростання конкуренції та змін у споживчому поведінці. Тому, враховуючи її неперевершену спроможність адаптуватися до потреб аудиторії, нативна реклама залишається необхідним інструментом для успішної

маркетингової стратегії, допомагаючи брендам спілкуватися зі своєю аудиторією ефективно та впевнено.

Формат нативної реклами всього за кілька років перейшов з розряду перспективного виду реклами в категорію основних видів, в майбутньому він і буде визначати напрямок для розвитку всієї рекламної галузі.