

УДК 339.37:004]:659

Петров М. А.¹, Круглікова В. В.²

¹ здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 073 «Менеджмент», група БТЕ-1014;

² канд. екон. наук, доц., доцент кафедри бізнесу та управління;
Національний університет «Запорізька політехніка», м. Запоріжжя, Україна.

РЕКЛАМА В ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНІ НА ПРИКЛАДІ ROZETKA

Сучасна епоха характеризується стрімким розвитком інтернет-технологій та їх використанням у всіх сферах бізнесу, в тому числі і в маркетингу. Інтернет став надзвичайно зручним, доступним і привабливим рекламним майданчиком. Мережеві технології зробили рекламу більш ефективною, надавши рекламодавцям можливість використовувати широкий спектр різноманітних інструментів, які дозволяють не тільки сповістити про свою компанію достатню кількість аудиторій, але й донести рекламні повідомлення безпосередньо до цільової аудиторії.

Питання, пов'язані з розвитком ефективності інтернет-реклами досліджували такі українські науковці, як Н. Авраменко, Т. Архипова, Р. Баран, М. Романчукевич, Л. Вовченко, та інші. вказує на те, що велике значення у маркетинговій сфері інтернетреклами, яка постійно вдосконалюється і розвивається.

У сучасних умовах розвитку цифрової економіки реклама є одним із ключових інструментів просування товарів і послуг. Особливо важливу роль вона відіграє для інтернет-магазинів, де конкуренція є надзвичайно високою, а покупець має широкий вибір альтернатив. Саме завдяки ефективній рекламній діяльності компанії можуть залучати нових клієнтів, утримувати постійних покупців та збільшувати обсяги продажів. Одним із найбільш відомих прикладів успішного використання реклами в Україні є інтернет-магазин Rozetka.

Rozetka є одним із найбільших українських маркетплейсів, який реалізує техніку, одяг, товари для дому, косметичку та багато інших категорій продукції. Популярність цього магазину значною мірою зумовлена активною та різноплановою рекламною політикою. Компанія використовує як внутрішню рекламу на власному сайті, так і зовнішні канали просування в інтернеті.

Одним із важливих напрямів є реклама безпосередньо на сайті магазину. На головній сторінці Rozetka розміщуються банери із сезонними знижками, акціями, новими надходженнями товарів та спеціальними пропозиціями. Такі банери привертають увагу користувачів і стимулюють здійснення покупки. Наприклад, під час «Чорної п'ятниці», новорічних свят або літніх розпродажів на сайті активно демонструються великі рекламні блоки з вигідними цінами.

Також ефективним інструментом є персоналізована реклама всередині сайту. Після перегляду певного товару користувачу можуть пропонуватися схожі моделі, аксесуари або супутні товари. Наприклад, при перегляді смартфона система рекомендує чохли, захисне скло чи навушники. Це сприяє збільшенню середнього чека та покращує зручність для покупця.

Ще одним напрямом є зовнішня реклама, спрямована на залучення клієнтів до магазину. Rozetka активно використовує контекстну рекламу в пошукових системах Google. Коли користувач вводить запит «купити ноутбук» або «пральна машина ціна», серед перших результатів часто відображаються рекламні посилання на товари Rozetka. Це дозволяє компанії отримувати цільовий трафік від потенційних покупців.

Крім того, важливу роль відіграє реклама у соціальних мережах. Rozetka просуває свої товари через Facebook, Instagram, YouTube та Telegram. У соціальних мережах розміщуються акційні пропозиції, огляди новинок, відео з демонстрацією товарів та інформація про знижки. Такий формат особливо ефективний для молодшої аудиторії, яка активно користується мобільними додатками та соціальними платформами.

Додатково компанія використовує email-маркетинг. Зарєєстрованим користувачам надсилаються листи з персональними рекомендаціями, інформацією про акції, бонуси та промокоди. Це допомагає підтримувати контакт із клієнтом та стимулює повторні покупки. Важливо зазначити, що успішність реклами інтернет-магазину залежить не лише від її кількості, а й від якості. Реклама повинна бути доречною, зрозумілою, візуально привабливою та відповідати інтересам покупця. Саме завдяки комплексному використанню сучасних рекламних інструментів Rozetka зберігає лідируючі позиції на українському ринку електронної комерції.

Виходячи з досліджень українських науковців, можна зробити висновок про те, що інтернет-реклама є ефективним інструментом маркетингових комунікацій, який має широкий спектр можливостей для досягнення цілей бізнесу. Вона дозволяє донести рекламне повідомлення до цільової аудиторії, підвищити її обізнаність про продукт або послугу, а також стимулювати продажі.

Виходячи з досліджень українських науковців, можна зробити висновок про те, що інтернет-реклама є ефективним інструментом маркетингових комунікацій, який має широкий спектр можливостей для досягнення цілей бізнесу. Вона дозволяє донести рекламне повідомлення до цільової аудиторії, підвищити її обізнаність про продукт або послугу, а також стимулювати продажі. На прикладі Rozetka можна побачити, що поєднання внутрішньої реклами на сайті, контекстного просування, соціальних мереж та email-маркетингу дозволяє ефективно залучати клієнтів, збільшувати продажі та формувати позитивний імідж компанії.