

Ігор В. Пономаренко, Владислав Р. Служалий

ХАРАКТЕРИСТИКА ВІРУСНОЇ РЕКЛАМИ ЗА ДОПОМОГОЮ ЦИФРОВИХ КАНАЛІВ

У статті розглядаються теоретико-методичні засади дослідження та визначення загальних принципів формування та реалізації Інтернет-реклами, показана історія розвитку онлайн реклами, визначено вплив глобалізаційних процесів на рекламну діяльність в мережі Інтернет. Проаналізовано механізми створення рекламних форматів.

Зосереджено увагу на інтерактивності та особливостях впливу Інтернет-реклами як сучасного каналу комунікації на користувачів. Запропоновані шляхи покращення ведення маркетингової стратегії, за допомогою вірусною реклами, в медіа просторі.

Проведене дослідження дає змогу зробити висновок, що в нинішніх умовах реклама становить собою одну з найбільших галузей економіки, що об'єднує сотні тисяч рекламних агентств та бюро, у яких працюють мільйони співробітників. Реклама є платною формою інформації про фізичну або юридичну особу, товари, ідеї і потреби та покликана формувати або підтримувати інтерес до цих об'єктів, сприяти їх реалізації, тому вона значною мірою й визначає обсяг отримуваного прямого або опосередкованого прибутку. Реклама є невід'ємною умовою розвитку конкуренції, бо інформує споживача про різноманітність ринку товарів і послуг, змушує підприємство-виробника удосконалювати свій товар, звертається до почуттів споживача і виступає в ролі "закликача", тим самим стимулюючи потреби. Від того, наскільки ефективно буде працювати ця система, залежить ефективність функціонування економіки в цілому.

Одним з основних інструментів реалізації маркетингового плану підприємства виступає рекламна кампанія (комплекс рекламних заходів), яка спрямована на те, щоб викликати реакцію споживачів. Рекламна кампанія включає три основні етапи: підготовчий, кульмінаційний і кінцевий, кожний з яких визначає успіх рекламної кампанії в цілому. Найсуттєвіший вплив на ефективність рекламної кампанії здійснює вибір засобів.

Ключові слова: стратегія, маркетинг, реклама, інтернет-реклама, вірус, медіа простір, аналіз, цифровий маркетинг, канали комунікації.