

РЕСУРСЫ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ В ТУРИЗМЕ

А.В. Лашков

Шадринский государственный педагогический институт, г. Шадринск, Россия

На сегодняшний день интернет-реклама является наиболее эффективной и рентабельной при решении многих задач. По сравнению с традиционными средствами рекламы, Интернет выгодно отличают следующие свойства.

Во-первых, Интернет является эффективным средством представления объекта рекламы. Это связано, с одной стороны, с возможностью предоставления максимума необходимой информации о рекламируемом объекте, с другой – с мультимедийной природой его среды, позволяющей использовать все возможные виды доведения до пользователя информации – текст, графика, звук, видеоизображение. Кроме того, гипертекстовая природа Сети предоставляет потребителю возможность самому контролировать поиск и получение информации и, тем самым, вовлекает его в процесс изучения объекта рекламы и максимально сближает с ним.

Во-вторых, Интернет является интерактивной средой, в результате чего, кроме пассивного воздействия на пользователей Сети, реклама может играть активную роль.

В-третьих, Интернет предоставляет рекламодателю эффективный способ фокусированного воздействия на целевую аудиторию и конкретных пользователей.

В-четвертых, базируясь на современных информационных технологиях, Интернет предоставляет самые широкие возможности оперативного и глубокого анализа результатов проведения рекламных мероприятий.

Учитывая перечисленные достоинства интернет-рекламы нами была предпринята попытка организовать рекламную кампанию одного из туристских мероприятий. Первым этапом явилась постановка целей и задач рекламной кампании: повышение осведомленности потребителей о туристских услугах, увеличение числа посетителей web-страницы компании, информирование о проведении запланированного мероприятия.

Прежде всего, мы определили целевую аудиторию рекламной кампании. Ею явились потребители сети Интернет в возрасте от 16 до 22 лет. С этой целью нами было проведено анкетирование студентов 431 группы, включающее следующие вопросы:

1. Пользуетесь ли Вы услугами Интернета (да, нет)?
2. Какую цель Вы преследуете, пользуясь данными услугами: игровая деятельность, просмотр фильмов, общение, поиск информации, разносторонняя деятельность?
3. Привлекает ли Вас реклама в системе Интернет (да, нет)?
4. Каким провайдером вы чаще всего пользуетесь?
5. На какие виды интернет-рекламы Вы обращаете большее внимание: баннеры, рассылка индивидуальных писем по электронной почте, всплываю окна, спам?

Анкетирование показало, что 100% респондентов пользуются Интернетом. Среди различных видов рекламы большинство опрошенных обращают внимание на баннеры и индивидуальные письма по электронной почте. Полученные данные позволили нам создать наиболее доступные и эффективные способы рекламирования разработанного нами тура.

Алексеев А.А., Бокарев Т., Евстафьев В.А., Рогов В. и др. отмечают, что основными инструментами внешней рекламы в Интернете являются баннерная реклама; регистрация сайта в web-каталогах и его индексация поисковыми системами; реклама с использованием электронной почты, списков рассылки, служб телеконференций и досок объявлений; партнерские программы.

Среди различных видов рекламы нами была выбрана наиболее распространенная в Интернете баннерная реклама, поскольку она остается сегодня одним из самых популярных и эффективных способов привлечения посетителей на web-сайт.

Нами был разработан баннер в формате GIF, размером 468 60 пикселей. При его реализации предполагается использовать провайдер shadrinsk.net для показа баннера на его web-странице за определенную плату.

Оплата баннера производилась по количеству показов. Основой этого вида ценообразования служит стоимость за тысячу показов рекламы. Данный вид является сегодня наиболее распространенной ценовой моделью. В основе такого метода ценообразования лежит расчет за количество показов, подсчет которых обеспечивается программными средствами. Система считает, что показ состоялся, если браузер пользователя загрузил баннер.

Кроме того, электронная почта является одним из самых старых и самых распространенных инструментов Интернета. При правильном использовании она может стать одним из эффективных средств маркетинга в Интернете.

Нами предложено основное направление использования электронной почты – рассылка индивидуальных писем. Это один из очень эффективных, но вместе с тем и трудоемких методов. Одной из его главных проблем является работа по сбору адресов пользователей, которым предложение анимационной программы может быть действительно интересно. С другой стороны, в результате проведенной работы письмо попадет именно тому человеку, во внимании которого мы заинтересованы в наибольшей степени.

Найти интересующих людей и их почтовые адреса можно по тематике их web-страниц, по их письмам в дискуссионных листах, конференциях, визитным карточкам, рекламным брошюрам фирмы и т. д.

Таким образом, мы определили два приоритетных вида интернет-рекламы – баннер и индивидуальные электронные письма. Считаем, что именно они будут соответствовать критериям коммуникативной и экономической эффективности рекламы. Интернет – реклама может стать одной из эффективных форм продвижения туристических услуг в малых и средних городах.