

Грудцын Михаил Игоревич, магистрант,  
Кубанский Государственный университет

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию современных тенденций развития интернет-рекламы и путям повышения ее эффективности. Анализируются особенности современных рекламных стратегий, включая активное использование ИИ, метавселенные, видео-рекламу и контент-маркетинг, приводится характеристика рекламных стратегий и их обоснование а так же примеры их оптимизации. Автором аргументируется актуальность рассматриваемых рекламных приемов и их эффективность в современном бизнесе.

**Ключевые слова:** Ключевые слова: интернет-реклама, использование ИИ, инфлюенсеры, оптимизация, метавселенные, видео-реклама, контент-маркетинг.

Современные методы продвижения продуктов и услуг через интернет в значительной степени отличаются от традиционных рекламных подходов, благодаря широкому спектру новых возможностей, которые предоставляет цифровая среда. В последние годы интернет-реклама прошла через значительные изменения, во многом благодаря достижениям в области информационных технологий, данных и социальных сетей. Эти изменения открывают новые горизонты для бизнеса, создавая возможности для более эффективного взаимодействия с целевой аудиторией. В данной главе будут рассмотрены ключевые тенденции в области интернет-рекламы, а также предложены способы повышения её эффективности в современных условиях.

### Внедрение ИИ

Искусственный интеллект активно набирает популярность до сих пор, его успехи отмечают во всех сферах деятельности и маркетинг не исключение. Использование ИИ может помочь с персонализацией целевой аудитории путем анализа поведения пользователей и создания индивидуальных объявлений. Так же оптимизировать и даже автоматизировать некоторые процессы создания рекламы путем креативной генерации текстов, изображений и даже видео. По мимо этого всего ИИ способен оптимизировать рекламные бюджеты, улучшить таргетинг и анализировать огромные объемы данных.

### Метавселенные

В нынешнее время активно растет интерес аудитории к метавселенным. Это цифровое пространство, где пользователи могут взаимодействовать с друг другом, обмениваться контентом в режиме реального времени. По своей сути метавселенная это интерактивная онлайн-среда в которой можно общаться, работать, получать знания, проводить досуг, приобретать товары и услуги и размещать рекламу. Согласно исследованиям ученых лаборатории креативных индустрий МШУ «Сколково», российский рынок метавселенных ежегодно будет ежегодно расти в среднем на 41,12%. Данный прогресс откроет множество новых возможностей в интернет рекламе. Компании смогут размещать в метавселенных свои баннеры, создавать уникальные виртуальные магазины, проводить онлайн-собрания и ивенты, создавать интерактивную рекламу и внедрять новые игровые механики. Уже существуют платформы которые размещают интернет-рекламу в мобильных играх различных жанров, но важно понимать, что выбор конкретных игр для размещения рекламы на прямую влияет на ее эффективность. Необходимо учитывать жанр, возраст игроков и стиль взаимодействия для того чтобы точно попасть в свою целевую аудиторию.

### Видео-реклама и контент-маркетинг



Видео-реклама продолжает занимать лидирующие позиции среди наиболее эффективных форматов рекламы в интернете. Это обусловлено тем, что видеоконтент обладает высокой вовлеченностью и способен лучше донести эмоции и информацию до аудитории. Привлекательность видео-рекламы состоит в её способности передавать более полное представление о товаре, услуге или бренде, чем традиционные изображения или текст.

Видео-реклама активно используется на таких платформах, как YouTube, Rutube, Telegram где пользователи могут смотреть короткие ролики с обзором продуктов, историей бренда или демонстрацией функционала.

Кроме того, контент-маркетинг, который включает создание ценного и полезного контента для аудитории (например, статьи, блоги, видеоролики, подкасты), также продолжает набирать популярность. Создание вирусных видеороликов, которые активно распространяются через социальные сети, позволяет значительно повысить узнаваемость бренда и привлечь внимание к продукту.

#### Мобильная реклама

С увеличением числа пользователей мобильных устройств, мобильная реклама стала необходимым элементом любой рекламной кампании. Платформы как Google Ads, и другие активно используют мобильные каналы для рекламных кампаний. Мобильные устройства становятся важнейшим инструментом для привлечения потребителей, так как они находятся всегда с пользователем и предоставляют массу информации о местоположении, интересах и предпочтениях.

Использование географического таргетинга позволяет брендам показывать рекламу не только в зависимости от интересов пользователей, но и в зависимости от их реального местоположения, что увеличивает вероятность конверсии. Например, реклама скидок на товары, доступные в магазине рядом с пользователем, значительно эффективнее, чем стандартные объявления.

#### Реклама через инфлюенсеров

Инфлюенсер-маркетинг продолжает расти. Инфлюенсеры, или лидеры мнений, являются важными проводниками для рекламы в социальных сетях, потому что они обладают доверительным отношением со своей аудиторией. В результате реклама через инфлюенсеров позволяет брендам выйти на целевую аудиторию, которая доверяет мнению блогера или знаменитости.

Пример: Бренды в сфере моды и косметики активно используют блогеров чтобы продемонстрировать свои товары или услуги. Это позволяет сделать рекламу более естественной и менее навязчивой, что способствует большему вовлечению аудитории и формированию доверия к бренду.

#### Оптимизация рекламных кампаний

Для повышения эффективности интернет-рекламы необходимо постоянно анализировать и оптимизировать её результаты. Это включает в себя использование инструментов аналитики (например, Google Analytics) для мониторинга таких метрик, как конверсия, средний доход на пользователя, стоимость привлечения клиента (CAC) и других показателей.

Процесс оптимизации включает в себя тестирование различных форматов рекламы, изменений в текстах, изображениях и таргетинге для выявления наиболее эффективных вариантов.

#### Разработка качественного контента

Качество контента остаётся важнейшим фактором для эффективной рекламы. Рекламные материалы должны быть релевантными, интересными и уникальными, чтобы



удержать внимание пользователей. Важно, чтобы реклама не выглядела навязчиво и не мешала пользователю, а была частью его взаимодействия с платформой.

#### Использование новых технологий

Технологии, такие как искусственный интеллект (AI) и машинное обучение, позволяют прогнозировать поведение пользователей и создавать более точечные и персонализированные рекламные предложения. Автоматизация процессов с помощью этих технологий помогает рекламодателям принимать решения быстрее и с большей точностью.

#### Таргетинг и ретаргетинг

Таргетинг – это точечная настройка рекламных кампаний для конкретных групп пользователей, что помогает показывать рекламу именно тем, кто с наибольшей вероятностью заинтересуется продуктом. Ретаргетинг, в свою очередь, позволяет привлекать пользователей, которые уже проявили интерес к продукту, но не совершили покупку. Это увеличивает вероятность того, что пользователь вернется и завершит сделку.

Современная интернет-реклама продолжает эволюционировать, адаптируясь к новым технологиям и меняющимся потребностям аудитории. Важно, чтобы компании и маркетологи использовали персонализированные и интерактивные подходы, чтобы повысить вовлеченность пользователей и сделать рекламу более эффективной. Также важно следить за новыми тенденциями в области технологий, чтобы своевременно внедрять инновации и поддерживать конкурентоспособность.

#### Список литературы:

1. Брайфн Халлиган, Дхармеш Шах. Инбаунд-маркетинг. Как привлечь клиентов в цифровую эпоху. — М.: Альпина Паблишер, 2020.
2. Дэвид Мирман Скотт. Новые правила маркетинга и PR. — М.: Питер, 2020.
3. Годин С. Это – маркетинг. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020.
4. Ивашковская И. В., Соловьев А. Н. Цифровая экономика: стратегии маркетинга и рекламы. — М.: Инфра-М, 2021.
5. Беляевская Е. Ю., Пономарева О. В. Интернет-реклама: современные подходы и технологии. — М.: Дашков и Ко, 2021.
6. Богданов А. В. Основы интернет-рекламы. — М.: Логос, 2023.
7. Уэбб М. Руководство по интернет-рекламе. — М.: Бином, 2023.
8. Синяев А. Ю. Аналитика интернет-рекламы. — М.: Юрайт, 2020.
9. Абаев И. Н., Борисов К. Е. Реклама в цифровой среде: теория и практика. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2021.
10. Колесникова Е. В., Григорьева Н. И. Интернет-реклама в условиях цифровой трансформации бизнеса. — Казань: Казанский университет, 2023.
11. Павлова Т. Н. Цифровые технологии в маркетинге. — Екатеринбург: УрФУ, 2023.

