

© Еремий А. А., Фроленок В. В., 2018

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

В данной статье рассмотрены возможные действия по развитию интернет рекламы. В статье присутствует описание и план, создания агрегатора рекламных онлайн сервисов и онлайн обучения SEOи SMM. Рассмотрены предпосылки развития, приведена свежая статистика по объему рынка рекламы и затратам компаний на рекламу в интернете.

*Ключевые слова:* агрегатор рекламных онлайн сервисов, онлайн обучение, будущее рекламы, blockchain, рекламные площадки, рынок рекламы

**Ч**еловек — существо, которое просто не может «стоять на месте», это подтверждает наша история (говоря «наша», мы имеем в виду историю человечества). Человечество постоянно развивается. Мы движемся от простого к сложному, шаг за шагом, создавая что-то новое, ранее невообразимое.

Так как речь в данной статье пойдет о следующем шаге в рекламе, то стоит заметить, что реклама сейчас изменяется не менее стремительными темпами, чем технологии. Хотя история ее развития, может показаться, не слишком и динамичной. Реклама в виде надписей, плакатов или баннеров знакома и нашим собратьям, жившим до нашей эры, хотя это и было немного в другом формате, суть оставалась одной. После, в XV веке Иоганн Гутенберг изобрел печатный станок, а значит, начали появляться книги, намного позже журналы. Далее, крупным скачком в рекламе было появление в XX веке телевидения. И, наконец, следующий прорыв — реклама в интернете.

На данный момент рекламу можно размещать на сайтах, заказывать посты у популярных людей, либо воспользоваться одним из множества сервисов. Самые массовые сервисы — это Яндекс.Директ, GoogleAdwords, VKads, Facebookadsmanager, список можно продолжать. На этих площадках и размещается большинство интернет-рекламы. Такая реклама нацелена, чаще всего, на сбор кликов — переходов по ссылке на внешний сайт с информацией, — либо показов, главной целью которых является максимизация количества людей, которые увидели объявление.

Следующий шаг. Все сервисы, о которых было сказано выше, имеют свои особенности. Например, в каждом разный интерфейс, способ оплаты, способ ведения бюджета, статистики и др. Но, чаще всего, сервисы направлены на одинаковые цели. Они позволяют получить показы или клики. Как правило, большинство компаний, которые подают рекламу в интернет, подают ее сразу во все сервисы, для того, чтобы увеличит охват и эффективность. Отсюда происходит «боль», которая дает понять, что нужно двигаться дальше. Предложение — сделать следующий шаг. Создать агрегатор сервисов, который позволит объединить все сервисы в рамках одной площадки. Все управление из одной платформы: удобное

планирование бюджета на всю онлайн рекламу, статистика со всех сервисов и общая статистика, создание и размещение рекламных кампаний и объявлений, все настройки. Все, что необходимо, станет доступно в несколько кликов. Уйдет необходимость создавать отдельный аккаунт для каждого сервиса, несколько раз учиться работе с сервисом и привыкать к интерфейсу. А, создание данного сервиса на основе технологии блокчейн обеспечит всем равные возможности. Проще говоря, создать нечто позволяющее решить проблему с «болью».

Еще одним немаловажным фактором, который будет дополнением к проекту — это создание краткого и понятного учебного курса, который позволит убрать посредника между компанией и клиентом. Сейчас все больше растет спрос на smm-маркетологов и SEO-оптимизаторов. По сути — это люди, которые умеют хорошо продвигать рекламу в рамках сервисов, о которых было написано выше. Обучающий курс позволит быстро приобрести необходимые навыки, чем позволит убрать посредника и сократить затраты на персонал. К примеру, в 2016 году средняя заработная плата smm-специалиста составила 60 000 рублей [1].

Почему переломный момент должен наступить сейчас?

Интернет реклама вырвалась вперед и ее объем уже больше, чем объем ТВ рекламы. По данным Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), российский рынок рекламы с января по июнь 2018 года вырос на 13 % по сравнению с аналогичным периодом 2017 года — до 219 млрд. рублей. Из них рынок ТВ рекламы вырос на 13 % и составил 91 млрд. рублей. Когда рынок онлайн рекламы вырос на 21 % и составляет 91,5 млрд. рублей [2].

Наступил переломный момент, когда объем интернет рекламы вырвался вперед, а это означает повышение спроса на перечисленные онлайн сервисы. Поэтому, мы видим целесообразным создание агрегатора. Так как объем данного рынка становится внушительным и продолжает стремительный рост. А мировой рынок онлайн рекламы по оценкам на 2017 год составил \$229,25 млрд. [3].

Для понимания приведем цены в Яндекс.Директ: вообще цены за клик (главный

показатель такой рекламы CTR-click-throghrate, так же его называют кликабельность) можно устанавливать практически любые (минимальная цена клика 30 копеек), а далее по возрастающей, так же и с бюджетом в день — минимум 300 рублей.

Таблица 1. Сколько процентов от объема продаж, тратит бизнес на рекламу

Мебельные магазины	4,44 %
Ювелирные изделия, чемоданы, изделия из кожи	4,16 %
Агентства недвижимости и брокерские агентства	3,84 %
Другие школы и учреждения	2,87 %
Производство напитков	2,73 %
Развлечения и рекреационные индустрии	2,18 %
Магазины «Все для дома»	2,16 %
Услуги по уходу за собой	1,99 %
Кафе и рестораны	1,93 %
Специальные магазины еды	1,88 %
Агентства, брокеры и страховые компании	1,85 %
все индустрии	1,08 %

Показатели приведены на апрель 2018 года [4]. Зачем в этой системе блокчейн?

В данном случае, идея блокчейна в том, что каждое действие контролируется. Контролируется для того, чтобы на платформе не было возможности исказить информацию в пользу того или иного рекламного носителя.

Так же это позволит обеспечить всем носителям равные права и сделать оценку эффективности размещения рекламы объективной.

Конкурентные преимущества

Сама по себе идея интеграторов не нова — магазины интеграторы, продажа авиабилетов (#aviasales) и отелей (#booking) и другие сервисы существуют. Однако сервис интеграции интернет-рекламы для российских пользователей в настоящее время отсутствует. Существует большой объем посредников, которые предлагают услуги по размещению рекламы. Либо маленькие компании самостоятельно размещают рекламу, не понимая ее эффективность или не попадая в целевую аудиторию. Создание единой площадки снизит трудозатраты на размещение рекламы, повысит ее эффективность и в конечном итоге конкурентоспособность компаний малого бизнеса.

Краткий план реализации проекта:

- получение гранта от компании «Фонд Бортника» в размере 2 000 000 рублей;
- создание капитала (аренда офиса, найм сотрудников, покупка оборудования и т. д.);

- создание начальной версии продукта (MVP);
- тестирование продукта на одной отрасли в одном городе;
- привлечение венчурного капитала;
- доработка продукта;
- масштабирование компании, расширение на все возможные отрасли по России и миру. ■

За что и сколько платят SMM-щику [Электронный ресурс] // 2016.-URL:<https://www.cossa.ru/149/122663/> (Дата обращения: 20.08.2018)

Интернет впервые опередил телевидение по объему рекламы в России [Электронный ресурс] // 2018.- URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3720082> (Дата обращения: 23.08.2018)

Инвестиционная оценка ICO проекта [Электронный ресурс] // 2018.- URL:[https://digrate.com/uploads/ico\\_report/allaboutme\\_ru\\_8GPrBXU.pdf](https://digrate.com/uploads/ico_report/allaboutme_ru_8GPrBXU.pdf) (Дата обращения: 23.08.2018)

How Much Do Small Businesses Spend on Advertising and Marketing? [Электронный ресурс] // 2018.- URL:<https://smallbiztrends.com/2018/04/much-small-businesses-spend-on-advertising-marketing.html> (Дата обращения: 25.08.2018)

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. How Much Do Small Businesses Spend on Advertising and Marketing? [Электронный ресурс] // 2018.-URL:<https://smallbiztrends.com/2018/04/much-small-businesses-spend-on-advertising-marketing.html> (Дата обращения: 25.08.2018)

2. За что и сколько платят SMM-щику [Электронный ресурс] // 2016.- URL:<https://www.cossa.ru/149/122663/> (Дата обращения: 20.08.2018)

3. Инвестиционная оценка ICO проекта [Электронный ресурс] // 2018.- URL:[https://digrate.com/uploads/ico\\_report/allaboutme\\_ru\\_8GPrBXU.pdf](https://digrate.com/uploads/ico_report/allaboutme_ru_8GPrBXU.pdf) (Дата обращения: 23.08.2018)

4. Интернет впервые опередил телевидение по объему рекламы в России [Электронный ресурс] // 2018.- URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3720082> (Дата обращения: 23.08.2018)

## The next step in online marketing

© Eremiy A., Frolenok V., 2018

This article describes possible actions in developing online marketing. Here you can see the description and plan of creating an online aggregator and making an internet education course of SEO and SMM. Also there are premises of development, fresh statistics of market volume and costs that companies spend on marketing annually.

*Keywords:* aggregation system of online marketing services, online education, future of ad, blockchain, online ad platforms, ad market