

ТЕХНІКА НАПИСАННЯ ОГолоШЕНЬ ДЛЯ КОНТЕКСТНОЇ РЕКЛАМИ

Студ. Потеха Д.С.

Наук. керівник доц. Євсейцева О.С.

Київський національний університет технологій та дизайну

На сьогоднішній день контекстна реклама – це найпопулярніший спосіб просування в мережі, тому що він гарантує більшу ефективність ніж інші Інтернет-інструменти. Щоб отримати найвигіднішу позицію для реклами не обов'язково назначати вищу вартість за перехід на сайт нецільової аудиторії., необхідно зробити сам текст оголошення більш привабливим. Яким же повинно бути оголошення для того, щоб зекономити бюджет та залучити нових клієнтів? Текст оголошення має не тільки зацікавити відвідувача, але і обмежити коло цільових клієнтів, тому слід звернути увагу на такі ключові параметри: час показу оголошення, цільові сайти, географічний таргетинг. Якщо оголошення складено правильно, то воно може залучити до сайту нову аудиторію, відгородити вас від нецільових відвідувачів, розповісти про переваги пропозиції та зекономити рекламний бюджет. Ключові елементи оголошення це перш за все ключове слово, заголовок, текст, посилання на сайт рекламодавця та стоп-слова.

Для початку необхідно обрати декілька слів, що характеризують товар та обрати з них найбільш ефективні. Слід використовувати спеціальні слова, які найбільш точно описують товар та уникати слів із широким значенням. Створюючи оголошення, не варто намагатися захопити всіх користувачів Інтернету, якщо вам потрібна аудиторія тільки одного міста. Для обмеження показу оголошення для тих, хто в ньому не зацікавлений слід використовувати стоп-слова, які обмежать коло цільових клієнтів та дадуть можливість зекономити рекламний бюджет, адже рекламодавцю зовсім не потрібно платити за перехід на сайт нецільової аудиторії. Щоб залучити саме цільових покупців на сайт необхідно використовувати «слова, що продають», наприклад «продаж», «гарантія», «сервіс», «доставка».

В якості ключових слів для оголошення варто використовувати сленгові слова (які є досить популярними в запитах), а також слова з помилками, адже не всі люди пишуть правильно, також дуже часто використовуються транслітерації. Також для пошуку ключових слів для свого оголошення можна використати сайти конкурентів. Після вибору ключових слів та цільової аудиторії час писати текст оголошення, який повинен переконати клієнта перейти на ваш сайт. Необхідно також вирішити де ви хочете розмістити оголошення: в «пошуковнику» чи на різноманітних сайтах. В пошуковій системі оголошення повинно бути лаконічним та простим, але водночас в ньому повинно бути все, що зацікавить клієнта та переконає його перейти на ваш сайт. Якщо оголошення розміщується на сайтах, то варто спробувати написати його текст у стилі слоганів, які закликають та інтригують відвідувачів. Оголошення слід періодично змінювати, щоб відвідувачі не встигли звикнути до нього. Щоб зацікавити користувачів які тільки «пробігають поглядом» оголошення слід використовувати слова-тригери, які викликають певні асоціації або емоції у того, хто читає текст.

В оголошенні потрібно описувати користь для людини, яку вона отримає, а не сам товар. Варто підкреслити унікальність своєї пропозиції. Також варто змінювати текст оголошення до певних подій та свят, щоб зробити його більш контекстним. Оголошення буде більш популярним, якщо посилатися в ньому на дії інших людей, наприклад «Багато людей купує у нас...», а також якщо воно буде пропонувати відвідувачу щось придбати, а не спонукати його до купівлі. Варто також використовувати ключові слова в заголовку та основному тексті оголошення. Отже, правильно складена контекстна реклама дуже ефективний інструмент, який дозволяє залучити саме цільових клієнтів на сайт компанії, відгородити від нецільової аудиторії, розповісти споживачам про переваги та унікальність пропозиції та зекономити рекламний бюджет компанії.