

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тульский государственный университет»  
Институт гуманитарных и социальных наук  
Кафедра «Кафедра социологии и политологии»

1

тема ВКР:

# Контекстная реклама как инструмент продвижения услуг организации в информационном пространстве региона

Выполнил: Лобанов В.А

Руководитель работы: Баженов А.М.


г. Тула  
2019

**Актуальность** темы данной дипломной работы определяется тем, что интернет – активно развивающаяся среда, где умения и знания различных маркетинговых инструментов в сети, среди которых находится и контекстная реклама может помочь бизнесу на любых этапах его развития.

**Цели работы:** изучить теоретические, практические особенности продвижения продуктов в сети Интернет с помощью контекстной рекламы. Провести анализ эффективности данного вида рекламы. Разработать контекстную рекламную кампанию для продвижения продуктов организации

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи:**

- Ознакомится с интернет рекламой и ее особенностями;
- Определить понятие контекстной рекламы;
- Дать основные характеристики контекстной рекламы;
- Изучить сервисы контекстной рекламы;
- Изучить методы продвижения с помощью контекстной рекламы;



**Объектом исследования** является организация «Манускрипт солюшн», основной вид деятельности компании - разработка и внедрение программного обеспечения для аптечных сетей.

**Предметом исследования** являются: знания и инструменты необходимые для разработки успешной рекламной компании для применения в сервисах контекстной рекламы.

## Актуальность продвижения в Интернете

Согласно исследованиям компании Growth From Knowledge к началу 2018 года, аудитория интернет-пользователей в России среди населения 16+ составила **87 миллионов** человек и продолжает расти.

Если компания присутствует в сети Интернет, у нее становится намного больше шансов охватить максимум платежеспособной аудитории

Возможности продвижения своих товаров и услуг, а также расширения поля деятельности возрастают в несколько раз

## Инструменты продвижения в сети Интернет

Основными инструментами коммуникационного продвижения в сети Интернет являются:

- контекстная реклама;
- баннерная реклама;
- e-mail рассылка;
- SEO – поисковая оптимизация;
- SMM – продвижение в социальных сетях

## Контекстная реклама

Контекстная реклама в поисковых системах – это размещение текстовых рекламных объявлений с оплатой за количество кликов (переходов на сайт). Объявления появляются на первых страницах результатов поиска в поисковых системах Google, Яндекс, а также на страницах сайтов-партнеров.

## Контекстная реклама

Контекстная реклама в поисковых системах – это размещение текстовых рекламных объявлений с оплатой за количество кликов (переходов на сайт). Объявления появляются на первых страницах результатов поиска в поисковых системах Google, Яндекс, а также на страницах сайтов-партнеров.



## Преимущества и недостатки применения контекстной рекламы

№ п/п	Преимущества	Недостатки
1	Точное попадание в целевого посетителя.	Кратковременность действия
2	Быстрая отдача от рекламы	Опасность перерасхода бюджета при неправильной настройке.
3	Минимальный рекламный бюджет	Бесполезность использования в некоторых сферах бизнеса
4	Гибкость в настройке рекламной кампании	
5	Мощная аналитика	
6	Релевантность (соответствие) интересам пользователя	
7	Удобный формат восприятия	
8	Информативность	

## Объем рынка контекстной рекламы 2015-2017 гг.

Объем рынка	2015г., млрд. руб.	Прирост, %	2016г., млрд. руб.	Прирост, %	2017г., млрд. руб.	Прирост, %
Итого по рынку	38,4	45	51,6	34	65,5	27

## Объем рынка контекстной рекламы 2015-2017 гг.

Согласно статистике LiveInternet.ru, по итогам 2017 года, значения долей поисковых компаний на российском рынке на всех типах устройств, составили:

1. Яндекс «Яндекс Директ» - 59,5%;
2. Google «Google AdWords» - 31,7%;
3. Mail.ru «Mail.ru Group» - 7,5%;
4. Рамблер «Begun» - 1%.

# Работа контекстной рекламы

- I. Пользователь вводит в поисковую систему запрос, например: «софт для аптек».
- II. Рекламодатель, предвидя такой запрос, заранее разместил на странице результатов поиска в ответ на этот запрос объявление поисковой рекламы.
- III. Пользователь видит это объявление, его содержание является именно той информацией, которую он ищет. По ссылке с объявления он переходит на сайт рекламодателя.
- IV. Страница сайта рекламодателя специально создана для людей, которые будут приходить со страницы результатов поиска по находящемуся там объявлению.

## Показатель кликабельности рекламного объявления | CTR

Показатель CTR представляет собой число кликов по объявлению, разделенное на количество его показов и выраженное в процентах (число кликов ÷ число показов = CTR)

Уровень CTR	Яндекс Директ
До 0,5%	Крайне низкий, возможна автоблокировка показов
0,5-2%	Низкий
2-5%	Ниже среднего
5-10%	Средний
10-20%	Выше среднего
20-30%	Высокий
Свыше 30%	Очень высокий

## Стоимость размещения рекламы.

Контекстная интернет-реклама оплачивается по кликам (переходам).


Бюджет и цену перехода определяет сам рекламодатель. Чем больше цена за клик, тем выше позиции показа объявления, а, следовательно, больше переходов по нему.

Фиксированного ценника в контексте нет, поэтому расходы на рекламу необходимо контролировать соответственно своим нуждам.

# Общая характеристика компании «Манускрипт СОЛЮШН»

Преимущества компании и ее продуктов:

- Работа из любой точки мира.
- Низкая стоимость внедрения
- простой и понятный интерфейс программ
- Поддержка 24/7

Форма собственности	ООО
Почтовый индекс	300041
Город	Тула
Адрес	Тула, проспект Ленина, дом 35, офис 402
Телефон	8(4872)71-72-34
Электронная почта	info@ms71.ru
Сайт	http://ms71.ru
Специализация	Разработка программного обеспечения (автоматизация аптечного бизнеса)
Дата регистрации компании	27.03.2007
Логотип компании	 <b>МАНУСКРИПТ СОЛЮШН</b> <small>все нужно просто</small>

Компания выпускает и развивает 3 основных сервиса:

## Склад 71

Программа, которая осуществляет контроль и правильность ценообразования в каждой отдельно взятой аптеке, позволяет ускорить обработку электронных документов



## Розница

Программа, которая помогает вам в получении достоверных отчётов по продажам и закупкам товаров, своевременный автоматизированный заказ



## Прайс-лист эксперт

Приложение призвано повысить экономическую эффективность заказа необходимых позиций и многократно уменьшить время, затраченное на работу с ними





## Финансовая ситуация компании

На обслуживании у компании находится приблизительно **1900 аптек** из разных аптечных сетей по всей стране и на стадии внедрения ПО находятся еще около **150 аптек**. Стоимость внедрения и обучения персонала для одной аптеки составляет **12.000 р.** с последующей платой каждый месяц в **1500 р.** Таким образом без учета стоимости внедрения, а только на основе ежемесячной платы получается прибыль в **3.600.000 р.**

## Конкурентный анализ.

После поиска с использованием ключевых слов из составленного семантического ядра, были выделены следующие несколько конкурентов на федеральном рынке:

Программный  
продукт: **М-аптека**  
**ПЛЮС**



Программный продукт:  
**БЭСТ-5.Аптека**



Проведя конкурентный анализ компании «Манускрипт солюшн», необходимо обобщить все полученные в ходе исследования данные с помощью **SWOT-анализа**

Сильные стороны:

- Низкая стоимость внедрения,
- **Высокая скорость интеграции** ПО в работу аптек
- **Поддержка 24/7**, программа лояльности, простой интерфейс,
- Высокий уровень подготовки сотрудников поддержки.
- **Облачный сервис**
- **ПО является составным** (модули могут использоваться по мере необходимости)

Слабые стороны:

- **Разработка узкоспециализированного продукта.**
- Ограниченность в количестве клиентов.
- **Высокая конкуренция в узком сегменте рынка.**
- Отсутствие интеграции с ИС «Маркировка»!  
(отсутствует упоминание на сайте)

Возможности:

- **Разработка программного обеспечения для других сфер** коммерческого сектора.
- Работа с иностранными клиентами.
- Добавить в список выгод - отсутствие обязательной ежемесячной абонентской платы за сопровождение
- **Увеличить количество новых клиентов применяя контекстную рекламу**

Угрозы:

- Ужесточение законодательного регулирования
- **Падение доходов**
- Увеличение налогообложения
- **Появление конкурентов на локальном рынке**

## Анализ маркетинговых инструментов используемых в компании

Согласно информации, предоставленной исследуемой компанией и информации доступной из открытых источников, организация использует достаточно ограниченный набор инструментов интернет-продвижения. В их число входят **web-сайт+SEO** и **email рассылка**

**Web-сайт** компании весьма современен, конкурентоспособен и удобен в использовании, а при проведении рекламных компаний, трафик потенциальных клиентов с большой вероятностью будет конвертироваться в лидов. Перечисленные плюсы, позволяют с уверенностью заявлять, что сайт «Манускрипт солюшн» – это отдельный, эффективный рекламный инструмент в арсенале компании!

**МАНУСКРИПТ СОЛЮШН**  
все нужное просто

Online заявка Главная Продукты Контакты Помощь

Учётная система для аптек и аптечных сетей **Нового поколения!**

 <b>СКЛАД71</b> Контроль ценообразования <a href="#">ПОДРОБНЕЕ →</a>	 <b>РОЗНИЦА</b> Учёт и увеличение продаж товара <a href="#">ПОДРОБНЕЕ →</a>	 <b>ПРАЙС-ЛИСТ ЭКСПЕРТ</b> Автоматический и ручной заказ товара <a href="#">ПОДРОБНЕЕ →</a>	 <b>МАРКЕТ</b> Мобильная программа торгового представителя <a href="#">ПОДРОБНЕЕ →</a>
---	--	--	---

ВАМ ПОНРАВИТСЯ

Интерфейс Доступность

Интерфейс

Доступность

## Создание рекламной компании с использованием инструментов контекстной рекламы

Коммуникационные цели рекламной кампании:

стимулирование намерения приобрести системы учета и другие программные решения для аптек, укрепление имиджевых характеристик организации.

Сроки проведения рекламной кампании: 28.01.19-28.02.19 г.

Бюджет рекламной кампании – 9 000 руб.

Географический таргетинг: г. Тула, Тульская область.

## Основные преимущества и выгоды, которые конкуренты используют в контекстной рекламе

№	Преимущество	Количество конкурентов
1	Опыт работы	4
2	Сжатые сроки выполнения	4
3	Общее описание продуктов/услуг	5
4	Скидки	3
5	Гарантии/ответственность	3
6	Выгодные цены	1
7	Полный комплекс работ	3
8	Информативность	
9	Бесплатная консультация	3
10	Отзывчивая техподдержка	4
11	Повышение прибыльности	2
12	Отсутствие абонентской платы	1

# Примеры нескольких составленных текстов для контекстной рекламной компании

24

Объявление №1	
Заголовок объявления	Автоматизация, увеличение продаж в аптеках! Узнать подробнее.
Описание объявления	ПО для автоматизации аптеки. Быстрая установка, интеграция онлайн ККТ, список ЖНВАС, понятный интерфейс!
Быстрые ссылки	On-line заявка. Контакты. О компании. Склад71.
Объявление №2	
Заголовок объявления	Автоматизированный учет товаров в аптеке. Посмотреть сейчас!
Описание объявления	Готовое решение! Отчёты, автоматизированный заказ, допродажи. Поддержка 24/7. Работаем с 2007, Тула
Быстрые ссылки	On-line заявка. ПО Розница. Контакты.
Объявление №3	
Заголовок объявления	Программа для аптеки! Автоподбор и полуавтоматизированный заказ товаров
Описание объявления	Работает из браузера. Обновление прайсов. Скидка на годовой план. Офис в Туле. Звоните!
Быстрые ссылки	Прайс-лист эксперт. Контакты. Узнать цену.



Показатели эффективности контекстной рекламы, приведенные в формат сводной таблицы. (показатели привлечения)

Показатель возврата инвестиций

$$ROI = 115\ 600 \text{ р.} / 9000 = 12.8$$

Выручка компании, полученная за счет контекстной рекламы в Яндекс Директ почти в 13 раз превышает затраты на данный вид продвижения.

CTR показатель кликабельности	3.7%
СРМ цена за один показ объявления	1,3 р.
СТІ отношение количества лидов к посетителям сайта	8.37%
СРС средняя стоимость лида	35.43 р.
СРВ	1125 р.
Стоимость одной конверсии	562 р.
CTR показатель кликабельности	3.7%
СРМ цена за один показ объявления	1,3 р.

Разница между суммой рекламного бюджета и  
выручкой, полученной после окончания  
рекламной компании.



Разработанная рекламная кампания по направлению «Программное обеспечение для аптек и автоматизация»

продемонстрировала высокие показатели эффективности, благоприятно отразившись на прибыли компании.

Удалось пополнить базу потенциальных клиентов, с которыми компания обязательно должна продолжить взаимодействие, и еще раз убедиться в действенности и эффективности поисковой контекстной рекламы, способной давать практически моментальную отдачу при небольших затратах.

Яндекс Директ

Мои кампании Создать кампанию Подбор слов Прогноз бюджета Рек

Шаг 1 из 2  
**Создание кампании**

Текстово-графические объявления

Название кампании

РАСПИСАНИЕ ПОКАЗОВ

Даты проведения кампании с  по  включительно

Временной таргетинг

ГЕОГРАФИЯ

Регион показов\*

Расширенный географический таргетинг

УПРАВЛЕНИЕ ПОКАЗАМИ

Стратегия   
**Ручное управление ставками с оптимизацией**  
На поиске: Ручное управление ставками с оптимизацией  
В сетях: Показы запрещены

Настройки в сетях



Спасибо за внимание!