

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра журналістики та реклами

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА
В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ»**

(за матеріалами ТОВ «Інформаційна група Про100»,

Запорізька обл., м. Бердянськ)

Студента 4 курсу, 6 групи,
спеціальності 061 «Журналістика»
спеціалізації «Реклама і зв'язки
з громадськістю»

Гнатишака
Дмитра Олексійовича

Науковий керівник
к.психол.н.,
ст.викладач кафедри
журналістики та реклами

Мельніченко
Оксана Іванівна

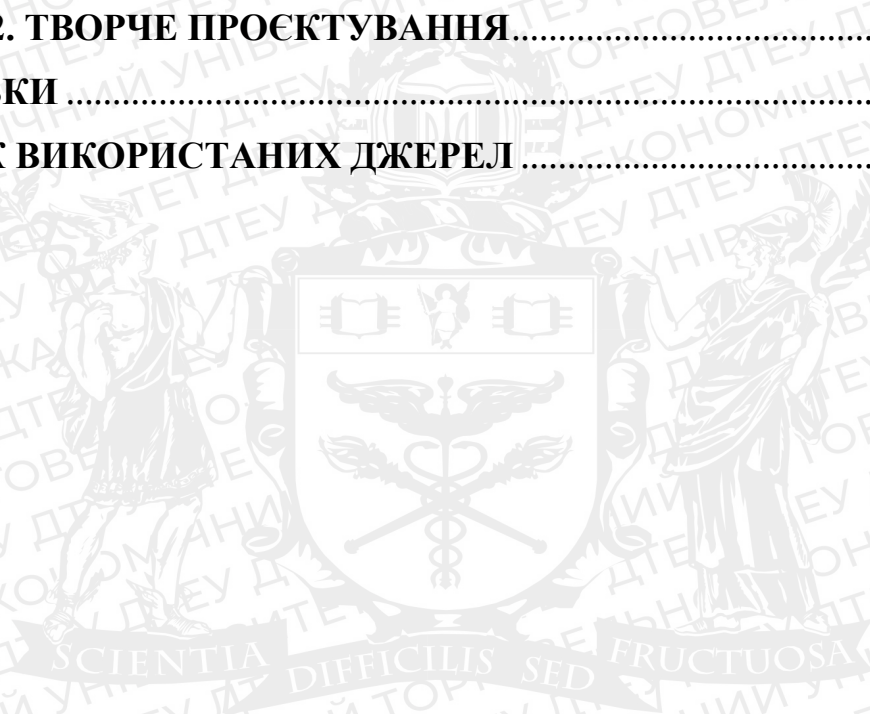
Гарант освітньої програми
доктор економічних наук,
доцент кафедри журналістики
та реклами

Файвішенко
Діана Сергіївна

Київ 2022

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. АНАЛІТИЧНА ЗАПИСКА.....	6
РОЗДІЛ 2. ТВОРЧЕ ПРОЄКТУВАННЯ.....	13
ВИСНОВКИ	21
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	23



ВСТУП

Актуальність дослідження обумовлена мультифункціональністю реклами в мережі Інтернет. Завдяки Інтернету, людство має можливість передавати, отримувати, а також зберігати інформацію, якою можуть користуватися майже усі учасники рекламного ринку. На початок 2021 року кількість користувачів Інтернету становила 4,54 млрд осіб, якщо порівнювати з 2020 роком, це на 7% більше. Більшість часу люди проводять у смартфонах, близько 50%. У процентному співвідношенні серед усіх запитів в інтернеті 53% випадає на смартфони, 44% на комп'ютери та ноутбуки і лише 4% на планшети та інші гаджети. Сьогодні інтернет напряду впливає на ведення бізнесу, формує ефективну взаємодію бізнес-партнерів, а також робить підприємства конкурентоспроможними. Інструментарій інтернет-реклами – багатогранний. Постійне керування рекламною кампанією дозволяє миттєво змінювати її курс, відносно невеликі витрати допомагають врегулювати та оптимізувати бюджет, можливість таргетованої реклами дозволяє напряду здійснювати рекламну комунікацію з потенційними клієнтами. Завдяки можливості вибору формату рекламних матеріалів розвиток бренду рекламного агентства стає набагато ефективнішим. Таким чином, можемо сказати, що інтернет-простір при правильній реалізації рекламної кампанії може стати безпосереднім середовищем впливу на клієнта та допомогти знайти потенційних клієнтів.

Для ефективного аналізу практичної діяльності було використано низку теоретичних робіт провідних науковців, знавців медіапланування на теренах нашої країни та за кордоном. Зокрема, джерельна база дослідження складається з робіт таких науковців як: Балабанов А. [1], Воронько-Невіднича Т. В. [2],

Годин, А. А. [3], Лебеденко М. С. [4], Литовченко І. Л. [5], Мальчик М. В. [6], Омелянов І. К. [7], Назайкин А. Н. [8]

та інших. Аналізуючи їх роботи, ми змогли зрозуміти проблемні питання розміщення реклами, особливо це простежується у вітчизняному медіаплануванні, адже питаннями невеликих рекламних агенцій та їх промоцією майже не займаються. Але, не дивлячись на обмежену кількість інформації, можемо стверджувати, що загальне розуміння медіаланування, запропоноване А. Балабановим [1] дає нам змогу зрозуміти основні можливості та засади розміщення реклами досліджуваним агентством ТОВ «Інформаційна група Про100». Так, автор зазначає, що: «медіапланування – це частина маркетингу, що забезпечує контакт цільової аудиторії з рекламним повідомленням. Два основні завдання маркетингових комунікацій – це створення ефективної реклами та її доставка потенційним покупцям. Контакт - перший крок впливу реклами, якщо покупець не побачив рекламу, то вся робота креативників була марною [7]. Отже, наведене визначення дає нам змогу повноцінно провести дослідження щодо розміщення реклами регіональним рекламним агентством.

Спираючись на джерельну базу та актуальність обраної теми можемо сформулювати **мету випускної кваліфікаційної роботи**: розгляд процесу розміщення реклами рекламним агентством та розробка заходів, що сприятимуть удосконаленню цього розміщення.

Об'єктом випускної кваліфікаційної роботи є процес розміщення реклами на підтримку просування рекламного агентства ТОВ «Інформаційна група Про100»

Предметом випускної кваліфікаційної роботи є практичні аспекти формування іміджу ТОВ «Інформаційна група Про100»

Відповідно до мети, були сформульовані наступні **завдання**:

- надати характеристику діяльності ТОВ «Інформаційна група Про100»
- проаналізувати складові існуючого іміджу ТОВ «Інформаційна група Про100»
- проаналізувати розміщення реклами рекламними агентствами-конкурентами агентства ТОВ «Інформаційна група Про100»
- навести удосконалення стратегії розміщення реклами рекламного агентства ТОВ «Інформаційна група Про100»

У ході нашої роботи були використані такі **методи дослідження** як: аналіз, синтез, узагальнення. Зазначимо, що аналіз розміщення реклами дає змогу визначити шляхи створення та вдосконалення рекламної кампанії в мережі Інтернет. Відповідно, синтез допомагає об'єднати та структурувати ці шляхи. Узагальнюючи усі аналітичні та синтетичні засади ми змогли розробити ті шляхи удосконалення, що допоможуть ефективно просувати бренд рекламного агентства за допомогою інтернет-реклами.

Інформаційну основу дослідження сформували матеріали періодичних та Інтернет-видань, науково-практичних конференцій, нормативні та довідкові матеріали, літературні джерела з маркетингу та медіапланування, а також дані базового підприємства.

Структура роботи. Робота складається з двох розділів. У першому розділі розділі проаналізовано діяльність та імідж ТОВ «Інформаційна група Про100», в другому розділі, присвяченому пропозиціям, запропоновано два підрозділи, які розкривають діяльність по удосконаленню стратегій розміщення реклами ТОВ «Інформаційна група Про100». Викладена на 24 сторінках, містить 4 таблиці, 4 рисунки.

РОЗДІЛ 1. АНАЛІТИЧНА ЗАПИСКА

Розглянемо компанію ТОВ «Інформаційна група Про100» як приклад рекламного на ринку України

ТОВ «Інформаційна група Про100» – це незалежне рекламне агентство, яке спеціалізується на вирішенні цілого комплексу завдань, спрямованих на залучення нових клієнтів до компанії, а також утримання наявних [20].

Мета агентства – достукатися як звичайними, так і нетривіальними способами до серця потенційних клієнтів.

Підприємство позиціонує себе як рекламне агентство з багаторічним досвідом у рекламі, надійною репутацією, з креативним підходом до маркетингових задач будь-якої складності.

До структур рекламного агентства входять [20]:

- 1) Радіо «Азовська хвиля» – станція єдина в регіоні, яка має змогу заповнювати етер власними програмами.
- 2) Телекомпанія «Південь» – телевізійний канал, що покриває усе місто та населені пункти Бердянського району.
- 3) Газета «Бердянські відомості» – суспільно-політична газета з ТБ-програмою.
- 4) Газета «Бердянськ діловий» – місцева газета, що розповідає про бізнес-новини.
- 5) Газета «Відомості Півдня» – випускається щотижня, розповідає про новини Бердянська та Бердянського району, містить ТБ-програму.
- 6) Газета «Приморські відомості» – також випускається кожного тижня та містить ТБ-програму.

Агентство не має власного сайту, проте має акаунти в соціальних мережах.

Продемонструємо зовнішній вигляд ТОВ «Інформаційна група Про100» в Instagram (рис. 1.1).

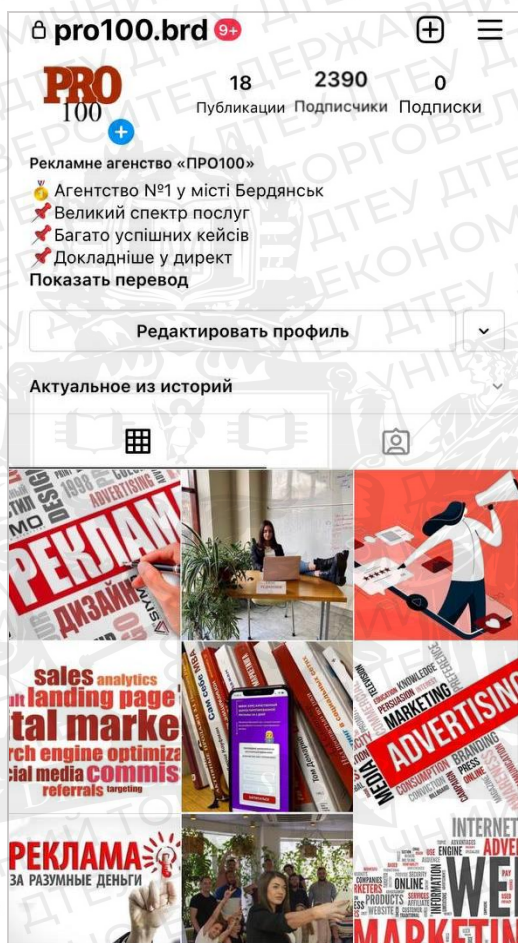


Рисунок 1.1. Instagram-сторінка рекламного агентства ТОВ «Інформаційна група Про100»

Продемонструємо зовнішній вигляд телеграм каналу ТОВ «Інформаційна група Про100» (рис. 1.2).

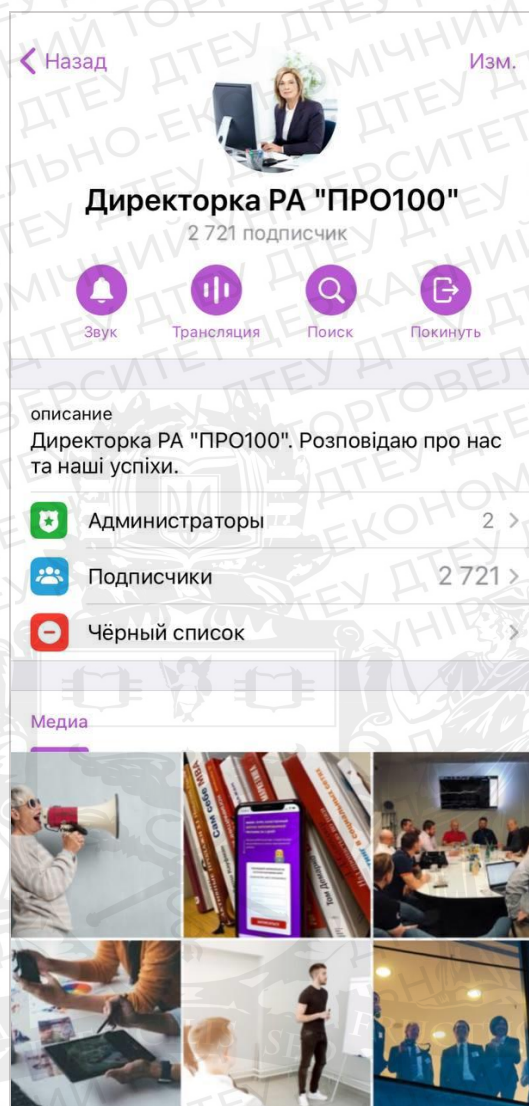


Рисунок 1.2. Telegram-канал рекламного агентства ТОВ «Інформаційна група Про100»

Продемонструємо зовнішній вигляд акаунту ТОВ «Інформаційна група Про100» на YouTube (рис. 1.3) та акаунту на Facebook (рис. 1.4).



Рисунок 1.3. YouTube-канал рекламного агентства ТОВ «Інформаційна група Про100»



Рисунок 1.4. Facebook-сторінка рекламного агентства ТОВ «Інформаційна група Про100»

Отже, ТОВ «Інформаційна група Про100» – це незалежне рекламне агентство, яке на сьогодні використовує не зовсім сучасні рішення, проте спеціалізується на вирішенні цілого комплексу завдань, спрямованих на залучення нових клієнтів до компанії, а також утримання наявних. Агентство має акаунти в соціальних мережах.

Створення та підтримка позитивного іміджу – щось більше, ніж просто хороша рекламна кампанія, це – складний і багатосторонній план, всі частини якого взаємозв'язані і взаємозалежні. План найбільш ефективний тоді, коли всі його складові частини працюють разом. На основі отриманої інформації, проведемо аналіз кожного елемента запропонованого плану і зробимо висновки.

На основі отриманого матеріалу стало відомо, що кожен працівник ознайомлений і завжди має перед очима «посадову інструкцію», так звані стандарти поведінки і зовнішнього вигляду. У ній описується те, як співробітники повинні вести себе при обслуговуванні клієнтів, яким має бути їх зовнішній вигляд, манера спілкування, описані їх права та обов'язки. Це допомагає керівнику домогтися бажаного образу рівня обслуговування клієнта.

Зовнішній образ створюється єдиним стильовим оформленням товарного знаку або логотипа, ділової документації, фірмового блоку, фірмової колірної гами, фірмової вивіски, фірмового одягу, рекламних оголошень, буклетів, дизайну офісу тощо.

Так, зовнішній образ фірмового стилю ТОВ «Інформаційна група Про100» включає в себе [20]:

- логотип – напис ПРО100 виконано в певній манері;
- фірмовий знак - оригінальний малюнок і логотип компанії;
- кольорова гама фірми – біло-червона. Цих кольорів ПРО100 намагається дотримуватися у всьому: оформлення бланків, фірмових конвертів, оголошень тощо;

- у компанії є власний фірмовий шрифт;
- фірмовий блок представляє собою часто поєднання декількох елементів фірмового стилю: в даному випадку це фірмовий знак компанії ТОВ «Інформаційна група Про100». Його часто використовують при оформленні візитних карток і бланків ділових листів.

Слоган – це коротка фраза, що представляє собою своєрідний девіз компанії або її продукту, словесний рекламний символ [8]. Слогану в компанії ТОВ «Інформаційна група Про100» немає, так само, як немає таких елементів фірмового стилю, як: аудіообраз, рекламний символ тощо.

Внутрішній імідж, який можна охарактеризувати як психологічне сприйняття і ставлення до компанії її співробітників, керівників, складових внутрішнє середовище компанії.

У рекламному агентстві ТОВ «Інформаційна група Про100» на першому місці стає професійна підготовка менеджерів. Високий професіоналізм менеджерів дозволяє швидко знайти найбільш зручне й економічне для клієнта рішення, зорієнтуватися в нестандартній ситуації.

У фірмі все робиться для того, щоб покупці не мали приводу засумніватися в тому, що їм зручно й вигідно працювати з агентством.

Для зручності клієнтів ТОВ «Інформаційна група Про100» розробити зручний сайт з детальною інформацією щодо послуг та пакетних рішень, які можуть бути надані.

Рекламне агентство ТОВ «Інформаційна група Про100» активно проводить рекламну кампанію з підвищення рейтингу на ринку рекламних послуг. Канали рекламних звернень [20]:

- газети, журнали, каталоги;
- телебачення;
- радіо;

- рекламна розтяжка;
- інтернет;
- зовнішня реклама на годиннику.

Традиційні рекламні інструменти все ще зберігають свою популярність, однак усе більше обертів набирає реклама в Інтернеті. Швидкий розвиток мережі зумовлює появу нових інструментів реклами, тому перед рекламодавцями стоїть широкий вибір рекламних інструментів залежно від поставлених цілей, бюджету та можливостей. Роблячи вибір на користь того чи іншого інструменту, необхідно передусім розібратися в його суті, а також у цілях рекламної кампанії.



РОЗДІЛ 2. ТВОРЧЕ ПРОЄКТУВАННЯ

Аналіз конкурентного середовища рекламного агентства ТОВ «Інформаційна група Про100» в мережі Інтернет необхідний для визначення сильних і слабких сторін його інтернет-комунікації, для вибору правильної стратегії та ефективних каналів рекламних повідомлень. ТОВ «Інформаційна група Про100» рекламує товари та послуги, використовуючи всі напрямки ефективного маркетингу та творчості. Вони пропонують комплексну рекламну кампанію за допомогою різних засобів. Як бонус, навіть якщо клієнт розміщує рекламне повідомлення на одному носії, він може отримати безкоштовне розміщення на іншому. Загалом вони проводять свої рекламні кампанії в місті Бердянську та Бердянському районі, а також у Приморському та Приморському районах, встановлюють низькі ціни на свої послуги та максимально ефективно використовують цей бюджет. Якщо агентство вважає, що стратегія клієнта неефективна, воно запропонує розробити нову, яка принесе кращі результати. Агентство їх мало цікавить, вони цінують довгострокові стосунки, свою репутацію та стежать за іміджем.

Зауважимо, що ефективність інтернет-комунікації рекламного агентства ТОВ «Інформаційна група Про100» досить слабка, тому йому терміново необхідно вдосконалити стратегію рекламних повідомлень в Інтернеті. Ми вибрали кілька прямих конкурентів рекламного агентства, опис яких наведено нижче:

1) Pavlov Product – рекламне агентство, засноване в 2005 році [10]. Їхні послуги охоплюють місто Бердянськ та Бердянський район, а також всю Україну. Агентство має власний веб-сайт, канал на YouTube [11] та сторінку у Facebook [12], які активно підтримуються. Послуги, які пропонує агентство:

брендинг, створення веб-сайтів, пакування та маркування, ручна робота та творчість, зовнішня реклама, брендування транспортних засобів, створення стель та навігаційних систем, банерних систем, фасадних систем, фризів та навісів, торгових павільйонів, металоконструкцій та дерев'яних виробів, художнє залізо, ремонт і будівництво, дизайн інтер'єрів, архітектурне освітлення внутрішнього та зовнішнього. Рекламне агентство має велику кількість сітілайтів та білбордів міста, тому є основним конкурентом ТОВ «Інформаційна група Про100», оскільки є основним способом рекламної комунікації в місті [10].

2) Рекламне агентство «Колібри» працює у місті Бердянськ та Бердянському районі. Агентство має свій власний сайт, де вказані посилання на соціальні мережі, однак при переході на посилання нічого не відбувається, отже соціальні мережі у рекламного агентства відсутні. На сайті немає інформації щодо агентства, однак є список послуг, що воно пропонує: аренда білбордів та сітілайтів, поліграфічна продукція, зовнішня реклама, сувенірна продукція, брендування транспорту, широкоформатний друк. Партнерами агентства виступають «Приват Банк», «БДПУ», «Бердянська міська рада», «Ascet Shipping» та багато інших. У агентства велика кількість кейсів, однак погано розвинені інтернет-комунікації є його слабкою стороною як і у випадку рекламного агентства «ПРО100» [13].

3) Рекламне агентство повного циклу «Партнер» надає свої послуги як у місті Бердянську, так і в Бердянській області. Агентство має власний сайт, але не має соціальних мереж. Сайт оформлений у досить лаконічному стилі, на головній сторінці розміщений перелік послуг, які надає агентство, на сторінці «Про нас», де представлена більш детальна інформація про послуги та сторінка контактів. «Партнер» надає такі послуги: веб-дизайн, поліграфія, зовнішня реклама, виготовлення зовнішньої реклами, сувеніри. Агентству необхідно

наповнити сайт більш детальною інформацією, створити соціальні мережі та надати посилання на них [14].

4) Ancor Art – рекламне агентство, що працює в Бердянську [15]. Має власний веб-сайт, сторінки у Facebook та Instagram, які активно обслуговуються. Агентство надає послуги розміщення зовнішньої реклами, а також таргетованої реклами в соціальних мережах. Сторінка дуже професійна, але містить дуже мало інформації про агентство, сторінка в Instagram має гарний вигляд і високий вміст, те ж саме стосується сторінки у Facebook [16].

Після ретельного аналізу конкурентів ми прийшли до висновку, що інтернет-комунікація набагато слабша в порівнянні з ТОВ «Інформаційна група Про100». Агентство не має власного сайту, соціальних мереж, інформації про нього в Інтернеті майже немає. Для підвищення впізнаваності бренду в Інтернеті та збільшення клієнтської бази необхідно розробити якісну та ефективну рекламну стратегію.

Щоб спланувати рекламну стратегію, потрібно поставити цілі. Як зазначалося вище, ТОВ «Інформаційна група Про100» не має власного сайту, як сторінку в соціальних мережах, тому ми ставимо перед ними одну з перших цілей. Після створення веб-сайту агентству потрібно збільшити масу посилань, щоб отримати веб-сайт на перше місце в пошукових запитах Google. Мета на цьому етапі – охопити приблизно 4000 користувачів до 1 лютого 2023 року. Ця процедура не вимагає значних витрат. Доречно залишати посилання на сайт у коментарях на тематичних форумах. На сайтах-анкетах відповідати на запитання, що стосуються теми, та залишати посилання на сайт. Агентству доцільно створювати спеціальні статті або блоги, які розповідають від імені клієнта, як послуги рекламного агентства допомогли вирішити його проблеми.

Агентство також може скористатися послугою Google Ads, яка платить за клік і коштує 0,1 долара за клік, тому підприємству доведеться витратити

близько 200 доларів США. Завдяки цьому сервісу ТОВ «Інформаційна група Про100» зможе підняти сайт в першу чергу і збільшити його охоплення. Наступною метою буде створення сторінки у Facebook та Instagram, а також каналів YouTube та Telegram. Як ми вже зазначали, цільова аудиторія Facebook – люди старшого віку, тому доцільно розміщувати там рекламні повідомлення. Тому нашою наступною метою було до 1 лютого 2023 року збільшити кількість передплатників на сторінці Facebook до 500 користувачів. Для цього потрібно створити цільову рекламу, орієнтовану на людей старшого віку, які цікавляться рекламою, маркетингом та PR, а також мають послуги чи продукти, які ТОВ «Інформаційна група Про100» бажає просувати.

Ціна за 100 000 переглядів становить 100 доларів, тому нам потрібно 30 доларів, щоб досягти цієї мети. На сторінці буде посилання на сам сайт, що також збільшить його охоплення, а також інформацію про ТОВ «Інформаційна група Про100», його послуги та кейси, новини зі сфери реклами. Цільова група Instagram – молодь. Щоб збільшити кількість потенційних клієнтів агентства, необхідно скористатися цією послугою. Наступна мета – до 1 лютого 2023 року збільшити кількість передплатників на сторінку Instagram на 1000. Таргетувати рекламу в Instagram легко, якщо людина шукає інформацію за пошуковими запитами «Маркетинг», «Реклама» та «PR», то реклама, пов'язана з цими пошуковими запитом, з'явиться в його публікаціях в сторіз та у стрічці.

Ціни коливаються від 1 до 1000 доларів на день, тому нам потрібно близько 1000 доларів, щоб охопити цільову аудиторію. Зараз є багато молодих людей, які цікавляться рекламою, деякі з них вже мають власний бізнес, який потрібно просувати, оскільки частина цієї аудиторії віддає перевагу традиційним медіа, доцільно розміщувати свої продукти чи послуги в рекламному агентстві.

На сайті представлена інформація про рекламне агентство, його послуги та кейси, а також цікаві кейси відомих брендів та лайфхаки на тему просування. Для досягнення наступної мети нам потрібно набрати 1600 передплатників на канал YouTube до 1 лютого 2023 року. 200 000 переглядів на YouTube коштують 429 доларів, тож нам доведеться витратити близько 100 доларів. Агентство розповість про свої послуги та кейси, це зробить аудиторію більш лояльною та підвищить впізнаваність бренду в цілому. Коли потенційний клієнт бачить, з якою командою буде працювати, шанс, що він обере професійне рекламне агентство, значно зростає. Далі ми вирішили збільшити кількість передплатників Telegram до 4000, що має бути досягнуто до 1 лютого 2023 року. У Telegram немає цілі, але можна купувати рекламу на інших каналах схожої тематики, ціна від 100 до 1000 доларів.

Розглянемо детально рекламні інструменти, які доречно використовувати ТОВ «Інформаційна група Про100» з метою удосконалення просування та підвищення іміджу на ринку рекламних послуг (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Характеристика основних інструментів Інтернет-маркетингу ТОВ «Інформаційна група Про100»

Назва інструменту	Характеристика	Переваги	Недоліки
Корпоративний сайт	Це вебсайт, де розміщується повна інформація про компанію, її товари та послуги, останні	наявність детальної інформації про компанію; простота та швидкість використання;	необхідно вкласти багато коштів у створення сайту; довгий термін окупності вкладених

Закінчення таблиці 2.1

Таргетована реклама	Це банери або рекламні оголошення, які з'являються певними запитам користувачів	«зручний» бюджет; керованість; пряме звернення до ЦА; миттєва видимість у пошуковій системі	порівняно низька клікабельність; бюджет вищий, аніж у пошуковому просуванні
SMM	Це комплекс заходів, допомогою яких відбувається залучення ЦА через	створюється ефект «сарафанного радіо»; пряма контакт з споживачами; висока ефективність	висока трудомісткість таких заходів; потребує високих затрат
Direct-маркетинг	Це розсилка текстових рекламних повідомлень	персоніфікація; цілеспрямованість; встановлення ділових зв'язків; оцінка результатів	- неякісна розсилка може призвести до пониження лояльності до компанії
Медійна реклама	Це рекламні повідомлення у добре формі статичних або анімаційних зображень (банерів)	викликає емоції у ЦА; запам'ятовується; охоплює велику аудиторію	високий бюджет; низька пряма конвертація відвідувачів сайту

Джерело: складено автором

Наведемо графік розміщення реклами, бюджет та орієнтовний результат стратегій (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Графік розміщення, бюджет та орієнтовний результат стратегії

Кампанія	Період проведення	Орієнтована результативність	Бюджет
GoogleAds	01.01.2023 – 01.02.2023	20 000 кліків на рекламу	\$200
Таргетинг Facebook	01.01.2023 – 01.02.2023	5 000 переходів на сторінку	\$30

Таргетинг Instagram	01.01.2023 – 01.02.2023	+1 000 підписників	нових \$1 000
------------------------	----------------------------	-----------------------	------------------

Закінчення таблиці 2.2

Створення YouTube-каналу	01.01.2022 – 01.02.2022	+1600 підписників ≈43 000 переглядів	\$100
Реклама в Telegram	01.01.2022 – 01.02.2022	+4000 нових підписників	\$500

Цільова аудиторія Telegram різноманітна, але ми повинні орієнтуватися на людей, які цікавляться рекламою, маркетингом та PR. Телеграм-канал повинен працювати від імені директора рекламного агентства або від імені співробітника, який буде звітувати про успіхи агентства, розповідати більше про його послуги та інформувати потенційних клієнтів про навантаження. Людський фактор зіграє позитивну роль та підвищить охоплення та впізнаваність бренду рекламного агентства ТОВ «Інформаційна група Про100». Таким чином, бюджет запропонованої рекламної стратегії становить 1830 доларів. План розміщення та орієнтований результат представлені в таблиці.

ВИСНОВКИ

Характеристика ТОВ «Інформаційна група Про100» продемонструвала, що підприємство є рекламним агентством, яке на сьогодні використовує не зовсім сучасні рішення, проте спеціалізується на вирішенні цілого комплексу завдань, спрямованих на залучення нових клієнтів до компанії, а також утримання наявних. Агентство має акаунти в соціальних мережах. До структури рекламного агентства входять: 1) радіо «Азовська хвиля» – станція єдина у регіоні, яка має змогу заповнювати власними програмами; 2) телекомпанія «Південь» – телевізійний канал, що покриває усе місто, та населені пункти Бердянського району; 3) газета «Бердянські відомості» – суспільно-політична газета з ТБ-програмою; 4) газета «Бердянськ діловий» – місцева газета, що розповідає про бізнес-новини; 5) газета «Відомості Півдня» – випускається щотижня, розповідає про новини Бердянська та Бердянського району, містить ТБ-програму; 6) газета «Приморські відомості» – також випускається кожного тижня та містить ТБ-програму.

У свою чергу елементи іміджу ТОВ «Інформаційна група Про100» включають в себе: логотип - напис ПРО100 виконано в певній манері; - Фірмовий знак - оригінальний малюнок і логотип компанії; - Кольорова гамма фірми – біло-червона. Цих кольорів ПРО100 намагається дотримуватися у всьому: оформлення бланків, фірмових конвертів, оголошень тощо; - У компанії є власний фірмовий шрифт; - Фірмовий блок представляє собою поєднання декількох елементів фірмового стилю: в даному випадку це - фірмовий знак компанії ТОВ «Інформаційна група Про100». Його часто використовують при оформленні візитних карток і бланків ділових листів.

У зв'язку з постійними змінами Інтернет-середовища інтернет-реклама може бути небезпечною, але її успіх безпосередньо впливає на успіх рекламної кампанії. У ході створення даної роботи ми знайшли способи просування рекламного агентства ТОВ «Інформаційна група Про100» в Інтернеті. Як зазначалося у роботі, інтернет-комунікація агентства дуже слабка, воно не має власного сайту та соціальних мереж, які б розширили клієнтську базу та сприяли підвищенню впізнаваності бренду. Однією з найважливіших передумов успішного бізнесу на ринку є розробка ефективної рекламної стратегії. Тому, аналізуючи конкурентів агентства, ми виявили, що більшість з них не мають організованої стратегії, тому обрали найбільш ефективні способи реклами в Інтернеті. Нашою головною метою було створити веб-сайт і збільшити його охоплення до початку лютого 2022 року.

Завдяки набору інструментів Google Ads і створенню маси посилань за цей період ми можемо охопити близько 2000 постійних користувачів послугами агентства. Щоб зробити бренд агентства більш впізнаваним в Інтернеті, ми вирішили створити сторінки та канали в соціальних мережах. Для ефективної реклами старшій віковій групі ми обрали соціальну мережу Facebook, молодіжним рекламним каналом став Instagram, створення каналу на YouTube та активне управління ним допоможе зберегти аудиторію бренду та збільшити його клієнтську базу, Telegram-канал буде просувати цінності бренду. Таким чином, результатом цієї кампанії буде збільшення клієнтської бази, збільшення охоплення веб-сайту та підвищення впізнаваності бренду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балабанов А. Занимательное медиапланирование / А. В. Балабанов. – М. : РИП-холдинг, Днепр 2010. – 104с
2. Воронько-Невіднича Т. В. Реклама і рекламна діяльність/ Полтава, ПВВ ПДАА, 2018. – 230 с. – URL: http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/10332/1/%D0%A0%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0_%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB_%D0%B4%D1%96%D1%8F%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C.pdf
3. Годин, А. А., Интернет-реклама: підруч. / А. А. Годин, А.М Годин., В.М Комаров. – М: Дашкон и К. – 2015.
4. Лебеденко М. С. Стратегії маркетингових комунікацій в Інтернеті / Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2018. – URL: http://vlp.com.ua/files/57_0.pdf
5. Литовченко І. Л. Інтернет-маркетинг: Київ «Центр учбової літератури» 2014. – URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Lytovchenko_Iryna/Internet-marketynh.pdf?PHPSESSID=e33oqh6h42cpjv9k9pkc77t491
6. Мальчик М. В. Реклама в Інтернеті: теоретичний аналіз та особливості/ «Національний університет водного господарства та природокористування». – 2021. – URL: http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2021/may/23590/210488verstka-77-87_0.pdf
7. Омелянов І. К. Медіапланування [Електронний ресурс] / «Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна». – 2020. – URL:

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:p7GJVfQERx4J:socio.karazin.ua/resources/290ffd407f15dcf1f91f00b579b11662.docx+&cd=5&hl=ru&ct=clnk&gl=ua>

8. Назайкин А. Н. Медіапланування на 100% - М. : Альпина Бизнес Букс, 2017. – 460 с.

9. Попова Н. В. Основи/ «Харківський торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету». – 2016. – URL: https://www.researchgate.net/profile/Nadezhda-Popova-5/publication/326466060_Popova_NV_Osnovi_reklami/links/5b4f69cda6fdcc8dae2b3470/Popova-NV-Osnovi-reklami.pdf

10. Рекламне агентство «Pavlov.ua» – головна. – URL: <https://pavlov.ua/>

11. Рекламне агентство «Pavlov.ua» - YouTube page. – URL: https://www.youtube.com/channel/UCmA2Zji0J7sGFDcuwR4dB_Q/videos

12. Рекламне агентство «Pavlov.ua» - Facebook. – URL: <https://www.facebook.com/Pavlov.ua.advertising/>

13. Рекламне агентство «Колібрі» - головна сторінка. – URL: <https://kolibri-reklama.com.ua/portfolio.php>

14. Рекламне агентство «Партнер» - головна сторінка. – URL: <http://www.rapartner.com/>

15. Рекламне агентство «Ancor Art» - головна сторінка. – URL: <http://www.ancorart.com.ua/services/>

16. Рекламне агентство «Ancor Art» - Instagrame Page. – URL: https://www.instagram.com/ancor_art/

17. Романенко Л. Ф. Інтернет-реклама: її види та інструменти, професора ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені В. Гетьмана». – URL: [http://ird.gov.ua/sep/sep20171\(123\)/sep20171\(123\)_071_RomanenkoL.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20171(123)/sep20171(123)_071_RomanenkoL.pdf)

18. Best Internet Advertising Strategies Explained. – URL: <https://digilant.com/blog/featured-blog/best-internet-advertising-strategies-explained/>
19. Peter Krajčovič Strategies in media planning. – URL: <https://www.communicationtoday.sk/download/2/2015/KRAJCOVIC%20-%20CT%202-2015.pdf>
20. Pro.Berdiansk.biz / Эффективная реклама в Бердянске – это «PRO100». – URL: <https://pro.berdiansk.biz/effektivnaya-reklama-v-berdyanske-eto-pro100/>

