

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

На правах рукописи

НОВОМЛИНОВА ЛИНАРА ДМИТРИЕВНА

**КРЕАТИВНЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ РЕКЛАМЫ**

автореферат бакалаврской работы

направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
юридического факультета

Саратов, 2024 год

Работа выполнена на кафедре социальных коммуникаций Саратовского государственного университета

Научный руководитель – доцент, к.эконом.н., доцент Смирнова Д.Ш.

Выпускающая организация – юридический факультет ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность работы.** Роль транспортных компаний является существенной в экономике и социальной сфере, ведь они не просто обеспечивают перевозки и доставку грузов, но также играют ключевую роль в поддержании обмена товарами и материалов для производства или строительства, для здравоохранения или сферы продовольствия, обеспечивают связь между различными регионами нашей большой страны и другими странами, поэтому среди всего разнообразия транспортных компаний нужно уметь выделиться для привлечения профессиональных работников и партнеров, несмотря на обилие доступных инструментов, специалистам по коммуникации необходимо выбрать наиболее инновационные технологии в рекламе для успешного продвижения и постоянно отслеживать и оценивать результативность для формирования выгодной стратегии развития.

Новые технологии и жесткая конкуренция в экономике создают постоянное давление на бизнес, в этих условиях постоянных изменений, компании вынуждены стремиться к эффективности и экономии при продвижении своего бренда и товаров через рекламу.

Для компаний, предоставляющих услуги транспорта в условиях сильной конкуренции на рынке, важно максимально задействовать различные методы привлечения внимания клиентов, партнеров и формирования положительного образа бренда, необходимо использовать все возможные инструменты для привлечения внимания клиентов, спонсоров и создания позитивного имиджа компании. Разработка новых, инновационных подходов в сфере маркетинга и рекламы становится все более значимой с каждым годом, задача продвижения требует от специалистов по коммуникациям постоянного обновления своих навыков и поиска новых методов.

Поэтому для укрепления позиций бренда необходимо использовать разнообразные методы продвижения, включая цифровые рекламные технологии, сама реклама перестала быть просто средствами для увеличения

продаж и признания общественности. Современные рекламные технологии стали главными компонентами успешного развития бизнеса.

**Цель** выпускной квалифицированной работы заключается в том, чтобы изучить тренды развития цифровой рекламы, рассмотреть их применение в маркетинге и изучить методы оценки их эффективности.

Для достижения поставленной цели были обозначены следующие задачи:

- изучить основные понятия и принципы оценки креативности цифровой рекламы;
- определить роль цифровой рекламы в современном мире как способа продвижения;
- определить методы оценки эффективности цифровой рекламы: ключевые метрики и инструменты анализа;
- определить современные мировые тренды в рекламе транспортных компаний;
- рассмотреть цифровую рекламу на примере ООО «Беретофф» и основные инструменты использования рекламы в ООО «Беретофф»;
- рассмотреть креативные тренды цифровой рекламы и возможности их практического применения в рекламе организации.

Теоретическая значимость работы состоит в том, что

Структура исследования состоит из двух глав. В первой главе раскрывается содержание понятия и основные характеристики цифровой рекламы, а также методы оценки ее креативности и тренды. Во второй главе рассматриваются примеры успешных рекламных мероприятий для транспортных компаний в российской и мировой практике, а также разработка и реализация креативной и эффективной рекламной стратегии.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

В первой главе «Теоретические основы цифровой рекламы» рассматривается содержание и основные характеристики цифровой рекламы, тренды, а также методы оценки ее креативности. Изучение цифровой рекламы

представляет собой комплексный подход к пониманию и использованию различных онлайн-инструментов и платформ для продвижения продуктов или услуг в цифровом пространстве. Этот процесс включает в себя изучение таких аспектов, как определение целевой аудитории, разработка стратегии рекламы, выбор подходящих каналов и форматов рекламы, анализ результатов и оптимизация кампаний, а также эффективные и адаптированные креативы. Кроме того, изучение цифровой рекламы также включает в себя знание цифровых технологий, аналитики данных и трендов в мире интернет-маркетинга. Этот комплексный подход позволяет эффективно использовать цифровую рекламу для достижения маркетинговых целей.

Исследование креативных трендов развития цифровой рекламы позволяет понять, какие новаторские и креативные подходы могут быть использованы для привлечения внимания аудитории и достижения лучших результатов в цифровой среде. Это включает в себя изучение современных дизайнерских тенденций, интерактивных форматов контента, анимации, виртуальной и дополненной реальности, а также использование новых технологий, таких как машинное обучение, искусственный интеллект, и т.д. Исследование креативных трендов позволяет предсказывать будущее развитие цифровой рекламы, а также создавать инновационные и привлекательные кампании, которые будут успешно взаимодействовать с аудиторией в современном информационном мире.

Креативные тренды цифровой рекламы складываются из таких элементов, как: интерактивность, мультиплатформенность, искусственный интеллект, видео и анимация, поддержка мобильной аудитории, социальные сети и влиятельные личности, интерактивные рекламные форматы, контент-маркетинг и сторителлинг.

В свою очередь основными характеристиками цифровой рекламы выступают: таргетирование аудитории, измерение результатов, гибкость настройки и оптимизации, возможность взаимодействия и обратной связи с потребителями, использование данных и аналитики для оптимизации кампаний, высокая скорость доставки рекламы и возможность использования различных

креативных форматов. В ходе изучения темы автор применил несколько методов, включая анализ документов, метод сравнений и аналогий, статистический подход и обобщение литературных данных.

В главе описаны основные характеристики цифровой рекламы и ее креативных трендов развития :

Цифровая реклама предоставляет уникальные возможности для точного определения аудитории, измерения эффективности и адаптации кампаний в реальном времени, цифровые технологии позволяют настроить и оптимизировать рекламу под конкретные потребности клиентов, создавать персонализированные сообщения и увеличивать широту охвата в интернет-пространстве.

Для разработки стратегии развития определенной компании можно использовать разнообразные функции и инструменты, предоставляемые цифровыми системами, такими как хранилища данных, программы мониторинга и другие программные решения, а возможность комбинировать взаимосвязанные или отдельные системы помогает оптимизировать процессы и строить эффективные модели.

Тренды цифровой рекламы постоянно меняются и развиваются, отражая изменения в поведении потребителей, технологические инновации и другие факторы. Некоторые из актуальных трендов цифровой рекламы в современном мире включают: искусственный интеллект и машинное обучение, виртуальная и дополненная реальность, голосовой поиск и умные устройства, мобильная оптимизация, программатическая реклама, содержание с учетом SEO.

Эти тренды отражают изменения в потребительском поведении и технологическом прогрессе, которые влияют на способы продвижения продуктов и услуг с помощью цифровой рекламы в современном мире.

Таким образом, сегодня само внедрение креативных цифровых технологий у себя становятся необходимостью для компаний, стремящихся к развитию и укреплению своей позиции на рынке или повышения конкурентоспособности.

Во второй главе «Практические аспекты цифровой рекламы, мировой и российский опыт» исследуются современные тенденции в рекламе транспортных компаний в мировой практике. Рассматриваются примеры успешных рекламных мероприятий.

Объектом исследования является рынок цифровой рекламы транспортных компаний. В ходе проведенного исследования было выявлено, что современным компаниям необходимо активно продвигать свои услуги через интернет. Этот вывод подкреплен рядом факторов, отражающих текущие тенденции и потребности рынка.

1. Онлайн присутствие: С ростом числа пользователей интернета и мобильных устройств, большинство потребителей предпочитают искать информацию о продуктах и услугах онлайн. Поэтому компаниям важно быть присутствовать в интернете, чтобы быть доступными для своей целевой аудитории.

2. Поведение потребителей: Потребители все чаще используют интернет для сравнения товаров и услуг, чтения отзывов, поиска акций и скидок. Поэтому компании, которые активно продвигают свои продукты и услуги через интернет, имеют больше шансов привлечь и удержать клиентов.

3. Эффективность цифровой рекламы: Цифровая реклама позволяет компаниям проводить более точные и персонализированные кампании, анализировать поведение потребителей и оптимизировать свои стратегии продвижения.

4. Инновации и технологии: Расширение возможностей интернета, такие как виртуальная и дополненная реальность, искусственный интеллект, голосовой поиск и другие, создают новые способы продвижения и привлечения клиентов.

Исходя из вышеизложенного, можно утверждать, что продвижение продуктов и услуг через интернет становится необходимым компонентом успешной стратегии рекламы для современных компаний. Важно не только иметь онлайн присутствие, но и активно использовать цифровые инструменты

для привлечения внимания потребителей и увеличения объемов продаж.

Предприятие ООО «Беретофф» проводило ранее рекламные кампании в сети Интернет для клиентов, но они не носили систематический характер, что способствовало ухудшению видимости присутствия в цифровой среде, также наблюдается недостаточный анализ конкурентов, изучение рынка и выстраивание рекламных кампаний.

Все это говорит, что руководство недостаточно сосредоточено на продвижении и маркетинговой деятельности.

ООО «Беретофф» необходимо продолжать работать в области улучшения своей видимости в сети Интернет в целях привлечения клиентов и увеличения своей видимости на рынке перевозок грузов.

Важно для транспортной компании использовать контекстную рекламу, социальные медиа, поисковую оптимизацию, электронную почту, мобильную рекламу для привлечения целевой аудитории.

В подтверждение необходимости улучшения своей видимости – оптимизацию запросов приведено исследование компании «VL», в котором говорится, что только 9% пользователей поиска доходят до конца первой страницы выдачи результата.

Чтобы остаться в отрасли и получать в будущем доход, увеличивая масштабы деятельности необходимо заявлять о себе большему кругу потенциальных клиентов, в том числе по средствам выстраивания маркетинговой деятельности направленной на рекламу цифровой среде, так как с ростом рынка перевозки грузов будет происходить рост числа конкурентов.

Автор смог разработать креативную и эффективную рекламную стратегию на основе актуальных трендов цифровой рекламы.

Для обеспечения более удобного взаимодействия с заказчиками и привлечения потенциальных клиентов было решено реализовать - Landing Page. Все покупатели и клиенты смогут легко ознакомиться с информацией о компании, услугах, документах, различных видах перевозок, автопарке, просто посетив веб-сайт компании.



Кроме того, они могут узнать больше о компании в целом. Большим плюсом является возможность просмотра информации о услугах на сайте в любое время – круглосуточно.

Среди преимуществ внедрения данной возможности можно выделить значительное снижение расходов, связанных с обменом информацией, использование бюджетных средств коммуникации, распространение прайс-листов, улучшение работы диспетчерской службы и увеличение скорости получения информации.

Также были рассмотрены основные преимущества креатива в цифровой рекламе: привлекательность и запоминаемость, увеличение конверсии, вовлеченность аудитории, дифференциация от конкурентов, адаптивность и эксперименты, интерактивность, уникальность.

Таким образом, креативный подход в цифровой рекламе обладает рядом преимуществ, позволяющих компаниям привлекать внимание аудитории, увеличивать конверсию и дифференцироваться от конкурентов в динамичной и конкурентной онлайн-среде.

В заключение работы автором излагаются основные выводы, практические рекомендации и стратегии для эффективного применения цифровой рекламы. Данное исследование позволяет сделать вывод о необходимости понимания и эффективного использования креативной цифровой рекламы как важным аспектом ведения бизнеса. Эффективное использование цифровой рекламы и креативов требует постоянной работы и стратегического подхода, однако это является неотъемлемой частью успешного существования в онлайн-среде.