

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА КОНТЕКСТНОЙ РЕКЛАМЫ В БЕЛАРУСИ

За последнее десятилетие контекстная реклама стала одним из наиболее эффективных инструментов интернет-продвижения. И не удивительно: невысокая стоимость контекста и точное воздействие на целевую аудиторию позволяют значительно увеличивать продажи с минимальными затратами. Как итог, рекламодатели пересматривают свой бюджет и перераспределяют его в сторону контекста.

Если говорить о динамике развития белорусского рынка контекстной рекламы, то следует отметить на него влияние множества факторов. Среди негативных – не лучшая осведомленность рекламодателей о преимуществах использования контекста, слабое развитие малого и среднего бизнеса. К положительным тенденциям можно отнести возросшее число пользователей, которые воспринимают контекст как помощь в решении вопросов.

Если говорить в общем, то рынок контекстной рекламы, как и рынок интернет-рекламы, год от года растет. Так, в 2017 году на долю рекламы в сети пришлось 29% от общего рынка рекламы. И хотя лидером рекламных услуг в Беларуси по-прежнему остается телевизионная реклама (доля рынка – 42%), за три последних года ее охват непрерывно снижается (по сравнению с 2015 г. доля снизилась на 7%). А вот у рекламы в сети тенденция положительная: темп прироста в 2017 г. по сравнению с 2015 г. составляет 6%. По оценкам экспертов, в 2018 году темп роста рынка контекстной рекламы составит более 150%.

Положительный рост рынка контекста в Беларуси тоже несложно отслеживать. По официальным данным в Беларуси есть фирмы, которые тратят на контекст не более сотни долларов США в месяц. Но есть такие компании, для которых выбор контекстной рекламы становится первостепенным. Так, например, инвестиции онлайн-гипермаркета 21vek.by составляют 80% всего бюджета на рекламу.

Таким образом, несмотря на экономический спад, в Беларуси контекстная реклама динамично развивается. Урезая бюджеты на дорогую офлайн-рекламу, многие фирмы инвестируют в интернет-продвижение, давая импульс развитию контекста.