

правового развития, а также место, роль и степень интегрированности национальной экономики в мировом хозяйстве.

Библиографический список

1. Шевченко И.В., Кизим А.А., Склярова Л.В. Техника международной торговли на основе использования инновационных инструментов // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2011. №17.

*Миндер А.В.; Вакулич Н.А.
(БрГТУ, г. Брест, Беларусь)*

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К РЕКЛАМЕ

По мере развития технологий и изменения поведения потребителей бренды все чаще обращаются к специалистам по рекламе с креативными подходами для привлечения внимания еще большей аудитории. Традиционные методы рекламы уступают место новым, нестандартным и оригинальным подходам, которые позволяют выделиться на фоне конкурентов и убедить потребителей в преимуществах своего товара или услуги. Маркетинг – это ключевой элемент успешной деятельности любого бизнеса, и в современном мире инновации играют важную роль в привлечении клиентов. Креативные подходы в маркетинге становятся все более важными в условиях быстрого развития цифровых технологий и изменения потребительского поведения. Целью данной работы является: изучить и проанализировать современные подходы, способные привлечь внимание аудитории и повысить эффективность рекламных кампаний в условиях современной конкуренции.

Рассмотрим подходы к рекламе в современном мире.

1) Использование вирусного маркетинга. Этот метод основан на создании контента, который пользователи будут активно распространять в социальных сетях и мессенджерах, что принесет огромное количество просмотров. Включает в себя методы: Pass along (аналог «сарафанного радио» только для онлайн-среды, если в контент «вшита» ненавязчивая реклама, то эффект превзойдет ожидания), Incentivized viral (побуждение и вознаграждение за совершенное действие, сюда относятся всевозможные акции, бонусы, розыгрыши по типу: «приведи друга и получи скидку 15%»), Undercoveri (маркетологи создают контент до старта проекта и массово нагнетают интригу вокруг него или создают искусственные ограничения, например, рассылают персональные приглашения для регистрации, ограничивают количество участников на первых порах и т.д.) [1].

2) Использование маркетинга влиятельных личностей. Этот метод является распространенной практикой среди компаний. Они приглашают популярных блогеров, знаменитостей или экспертов в определенной области для рекламы своих товаров или услуг. Такое сотрудничество может осуществляться как за деньги, так и по обмену услугами. Инфлюенсеры имеют большое количество подписчиков и могут повлиять на их мнение и заинтересовать их в покупке товара или услуги.

3) Использование интерактивной рекламы. Ее особенность заключается в том, что пользователь участвует в рекламном процессе. Ему предлагается выполнить какое-то действие: например, отсканировать QR-код, чтобы «посетить» дополненную реальность, провести пальцем по экрану, чтобы запустить креативные элементы или что-то еще. Playable – буквально – объявление, в которое можно играть (актуально для продвижения игровых мобильных приложений) [2].

4) Использование персонализированной и таргетированной рекламы. Она показывается только выбранной (целевой) аудитории по заданным параметрам (характеристикам и интересам) людей, которые могут быть заинтересованы в рекламируемом товаре или услуге. Благодаря аналитике и машинному обучению компании могут создавать рекламные сообщения, точно соответствующие интересам и потребностям каждого конкретного потребителя.

Таким образом, современный рынок требует от компаний нестандартных решений и инноваций, связанных с рекламой. Современные подходы помогают привлечь внимание аудитории, создать определенное впечатление и убедить потребителя совершить покупку, а также вернуться к этому бренду еще не один раз. В условиях перенасыщения рынка различной информацией и огромной конкуренции оригинальные и нестандартные методы рекламы становятся ключевым фактором успешной маркетинговой стратегии.

Библиографический список

1. Calltouch blog. URL: <https://www.calltouch.ru/blog/>
2. Byyd. URL: <https://www.byyd.me/ru/>