

meet the demands of the time. The library providing Internet services, does meanwhile inevitably involve the users assimilating the web-communication culture [2; 281]. This category is regarded as one of the key phenomena based on the fact that in the information society expanding are not only the possibility of information accumulation and processing but the deal of various form of communication mediated by information technologies (media education, distance learning, e-science, e-business, etc.) characterized with certain properties and imposing the social interaction specificity.

References

1. Коляда-Березовська, Т.Ф. Культура-інформація-освіта: партнерство вишів та бібліотечно-інформаційних центрів [Текст] / Т.Ф. Коляда-Березовська // Аркадія. Мистецтвознавчий та культурологічний журнал. – 2016. – № 1(46). – С. 160-165.
2. Коляда-Березовська, Т.Ф. Професійно-комунікативні технології: алгоритм прогнозування ефективної взаємодії [Текст] / Тетяна Коляда-Березовська, Ірина Карлінг, Владислава Резванова // Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI ст. : зб. матеріалів VIII міжнар. наук.-практ. конф., Одеса, 10-12 вересн. 2015 р. – Одеса: Гаража, 2015. – С. 281-287.
3. Костенко, Л. Електронне середовище наукової бібліотеки [Текст] / Л.Костенко, О. Жабін // Бібліотечний вісник. – 2008. – № 6. – С. 25-27.
4. <http://www.mediagram.ru/>

Сантана Кадір
Одеський національний політехнічний університет,
Одеса, Україна

РЕАЛІЗАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ЧЕРЕЗ КОРПОРАТИВНИЙ САЙТ

У даній статті розглядається можливість проведення рекламної кампанії за допомогою корпоративного сайту. Визначено поняття «корпоративний сайт». Надаються рекомендації щодо створення корпоративного сайту та описані його функції.

Ключові слова: корпоративний сайт, рекламна кампанія, Інтернет, правила створення корпоративного сайту, функції корпоративного сайту.

В данной статье рассматривается возможность проведения рекламной кампании с помощью корпоративного сайта. Определено

понятие «корпоративный сайт». Даются рекомендации по созданию корпоративного сайта и описаны его функции.

Ключевые слова: корпоративный сайт, рекламная кампания, Интернет, правила создания корпоративного сайта, функции корпоративного сайта.

This article discusses the possibility of advertising via the corporate website. Defined the concept of "corporate website". Recommendations for creating a corporate website and describe its function.

Keywords: corporate website, advertising campaign, the Internet, the rules for creating a corporate website, corporate website functions.

На сьогоднішній день майже в кожному будинку є комп'ютер з виходом до Інтернет-мережі, яка розвивається і розповсюджується з дуже великою швидкістю. З еволюцією технічних засобів прийшла і еволюція рекламних методів. Не так давно розпочалася ера Інтернет-реклами. Якщо ще кілька років тому власникам компаній приходилось вкладати чималі зусилля і кошти, щоб проінформувати майбутніх клієнтів про себе і своє підприємство, то завдяки мережі Інтернет, зараз це стало набагато простіше й швидше. Перші спроби реклами в Інтернеті були не дуже вдалим – така реклама могла здаватися примітивною, а сьогодні її можна з легкістю назвати досконалою. Спеціалісти зі всього світу роками прикладали чималі зусилля щоб вивести інтернет рекламу на новий рівень та покращити її на скільки це можливо. Дуже складно зараз зайти в Інтернет, і побачити хоча б один сайт без реклами, тому поняття «Інтернет» і «реклама» можна назвати нероздільними. З повною впевненістю можна сказати, що Інтернет-реклама є найбільш розвиненим сегментом ринку реклами та одним із способів реалізації такої реклами – створення корпоративного сайту.

Корпоративний сайт – повнофункціональний ефективний веб-сайт, що розміщує всю корисну інформацію про компанію, її послуги та продукцію. Іншими словами корпоративний сайт – це обличчя компанії в Інтернеті. Він передбачає наявність унікального дизайну, неповторність, фірмовий стиль. Корпоративний сайт покликаний надати користувачу мережі всю інформацію про діяльність компанії, її товари, послуги з метою розширення ринку збуту продукції та залучення нових партнерів [1].

Сучасний корпоративний сайт не тільки інформує про організацію, а також за його допомогою можна управляти нею:

вирішувати складний комплекс задач по взаємодії між філіалами компанії, проведенню різноманітних розрахунків, доступу і управлінню внутрішніми базами даних, тощо [2].

Корпоративний сайт володіє великими програмними можливостями: на ньому обов'язково представлена гарна галерея робіт, розширений каталог товарів з поясненнями й коментарями співробітників компанії, форма зворотного зв'язку, можливість завантаження документів, новинні модулі та багато іншого.

Корпоративний сайт надає можливість постійно підтримувати зв'язок з клієнтами, проводити онлайн-консультації, впливати на стимулювання продажів, шляхом постійного оновлення змісту сайту, орієнтуючись на інтереси клієнтів.

Для досягнення ефективності, під час створення корпоративного сайту слід дотримуватися таких правил [3]:

1. Контент повинен відповідати діяльності підприємства.
2. Оформлення відповідно до фірмового стилю компанії.
3. Чітка і зрозуміла структура.
4. Легкодоступність.
5. Можливість розвитку.

Для того, щоб зрозуміти сутність корпоративного сайту, зазначимо функції, які він виконує:

1. Іміджева функція. Мати корпоративний сайт зараз вважається престижним: він гарно виглядає на візитівках і в рекламних друкованих виданнях. Ця функція не вважається основною, але багатьма дослідниками та практиками вважається вкрай важливою. Адже компанія, що має корпоративний сайт, викликає більше довіри, ніж та, що його не має.

2. Надання інформації для потенційних клієнтів. Це одна з найважливіших функцій. При створенні корпоративного сайту, перш за все, треба прагнути до інформативності. Це полегшить роботу співробітникам і дозволить потенційним клієнтам оперативно знаходити відповіді на всі питання.

3. Надання інформації для потенційних партнерів. Інтернет – це дуже ефективний спосіб «заявити про себе». Створення корпоративного сайту дає можливість потенційним партнерам знайти найбільш повну інформацію про своїх майбутніх контрагентів.

4. Новий функціональний майданчик для збуту продукції. Інтернет сьогодні займає велику частку ринку реалізації різних товарів

і послуг, тому створення корпоративного сайту – це можливість відкрити зручний канал збуту продукції компанії.

5. Здійснення взаємодії між підрозділами і філіалами компанії. Ця функція найбільш значима для великих компаній, що мають безліч підрозділів і філіалів. Для таких компаній створення корпоративного сайту – це створення зручного каналу обміну інформацією всередині організації з мінімальною можливістю втрати даних.

Таким чином, з вищевикладеного матеріалу можна зробити висновок, що Інтернет – вдале місце для реалізації рекламної кампанії, тому більшість сучасних компаній намагаються замовити або власноруч створити корпоративний сайт свого підприємства з метою просування власного бізнесу.

Література

1. Бек Е. Корпоративный сайт – тонкий нюанс имиджа / Е. Бек. – URL: www.nisse.ru/analitics.html?id=binfo2003@part=bek_b2003
2. Жихарева Е. Управление репутацией организации средствами корпоративного сайта / Е. Жихарева. – URL: dip.nm.ru/1_1_2.html
3. Мельничук И. Корпоративный сайт / И. Мельничук. – URL: www.ipages.com.ua/articles/?id=24