

# Продвижение бизнеса в системе Яндекс Директ: возможности и перспективы

А.В. Сёлкина

Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия

**Обоснование.** Эффективная реализация товаров и услуг, выход бизнеса на высокие позиции по продажам невозможен без грамотного маркетингового продвижения. Маркетинговое продвижение бизнеса может осуществляться при помощи различных инструментов. Реклама выступает в качестве основного инструмента продвижения, а в условиях цифровизации бизнеса преимущественно реализуется в сети Интернет. На российском рынке Яндекс Директ пользуется наибольшим спросом и вызывает интерес как объект исследования. Изучение возможностей продвижения бизнеса, условий достижения целевых показателей на основе Яндекс Директ является актуальным направлением исследования.

**Цель** — провести анализ эффективности системы Яндекс Директ в деятельности отечественных предприятий на основе первичных и вторичных данных.

**Методы.** Изучение теоретических и практических исследований отечественных специалистов по проблемам медиакоммуникаций [3]. Обобщение сведений о результатах использования системы Яндекс Директ для продвижения бизнеса [2] и формирование авторских выводов. Оценка ключевых показателей конкретной рекламной кампании, реализованной с помощью сервиса. Аналитический обзор и систематизация ежегодного числа рекламных кампаний, запущенных с помощью Яндекс Директ, выявление отраслевой структуры участников.

**Результаты.** В ходе исследования были рассмотрены особенности интернет-рекламы, ее преимущества и ограничения. Проведен анализ эффективности рекламы для бизнеса, реализованной при помощи сервиса Яндекс Директ. Исследование показало, что на сегодняшний день сервис Яндекс Директ используют коммерческие организации разных отраслей и сфер деятельности, и с большой вероятностью будут использовать данный инструмент продвижения в последующие несколько лет. Было выявлено, что спрос на каналы продвижения в 2023 году преимущественно сосредоточен на контекстной рекламе — в основном направлении рекламы на Яндекс Директе. В качестве объекта исследования рассматривалась деятельность строительной организации по продвижению с помощью сервиса Яндекс Директ, оценивались результаты продвижения на основе контекстной рекламы. Данные исследования свидетельствуют о том, что рекламные кампании, запущенные с помощью сервиса Яндекс Директ, обеспечивают высокие показатели эффективности, а именно: конверсию из лида во встречу с представителем организации, среднюю стоимость договора, конверсию из лида в договор.

**Выводы.** По результатам исследования можно сделать вывод о том, что продвижение бизнеса в системе Яндекс Директ на данный момент популярно среди маркетологов, рекламодателей и владельцев бизнеса. Анализ и оценка эффективности рекламных кампаний показал, что продвижение на данном сервисе подходит для разных отраслей и сфер деятельности и обеспечивает достижение целей коммуникации. Подробный анализ рекламы в интернете показал, что на данный момент она занимает доминирующую долю рынка. Полученные в ходе исследования данные в совокупности свидетельствуют о том, что реклама с помощью сервиса Яндекс Директ может стать мощным толчком для развития бизнеса.

**Ключевые слова:** рекламные кампании; конверсия; статистика; эффективность; продвижение.

## Список литературы

1. adpass.ru [Электронный ресурс]. Как изменился рынок интернет-рекламы России в 2023 году? [дата обращения: 22.12.2023]. Режим доступа: <https://adpass.ru/kak-izmenilsya-rynok-internet-reklamy-rossii-v-2023-godu/?ysclid=lua4axedsg362955523>
2. dobrovkonstantin.ru [Электронный ресурс]. Добров К. Как растет количество рекламодателей в Яндекс Директе? Режим доступа: <https://dobrovkonstantin.ru/blog/directdynamics?ysclid=lu7dextr02238116058>
3. Кириллова Л.К. Факторы развития медиакоммуникаций в сетевом обществе // Экономика и предпринимательство. 2022. № 3. С. 737–739. EDN: МРКУТН doi: 10.34925/EIP.2022.140.03.135

*Сведения об авторе:*

**Анна Владимировна Сёлкина** — студентка, группа ЦМ21о1, факультет менеджмента; Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия. E-mail: anna2003syolkina@mail.ru

*Сведения о научном руководителе:*

**Лариса Константиновна Кириллова** — кандидат экономических наук, доцент; Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия. E-mail: kirillovaL.K@sseu.ru