

Научная статья

Original article

УДК 338.22+331.1

doi: 10.55186/2413046X_2023_8_6_280

**ИССЛЕДОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИНТЕРНЕТ-
ПРОДВИЖЕНИЯ И НАСТРОЙКА РЕКЛАМНОЙ КОМПАНИИ
RESEARCHING THE POSSIBILITIES OF INTERNET PROMO-
TION AND SETTING UP AN ADVERTISING COMPANY**



Латушкина Татьяна Сергеевна, к.э.н., доцент кафедры «Экономика и кадастр», АНО ВО Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка» (Университет «МИР»), e-mail: tani666@mail.ru

Майорова Ирина Альбертовна, к.э.н., доцент кафедры «Таможенное дело», ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет», e-mail: ladoshehka@mail.ru

Харитонова Елена Альбертовна, к.э.н., доцент кафедры «Экономика и управление организацией», ФГБОУ ВО «Самарский государственный технический университет», e-mail: hlena2002@yandex.ru

Latushkina Tatiana Sergeevna, Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of Economics and Cadastre, Samara University of Public Administration "International Institute of the Market" (MIR University), e-mail: tani666@mail.ru

Mayorova Irina Albertovna, Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of "Customs", Samara State Technical University, e-mail: ladoshehka@mail.ru

Kharitonova Elena Albertovna, Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of Economics and Organization Management, Samara State Technical University, e-mail: hlena2002@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена исследованию возможностей интернет-продвижения и настройки рекламной компании на примере системы Яндекс.Директ. Проанализирован процесс поискового спроса в тематике продвижения мебельных торговых центров. В данной работе составлен алгоритм настройки контекстной рекламной компании.

Abstract. The article is devoted to the study of the possibilities of Internet promotion and setting up an advertising company on the example of the Yan-dex system.Direct. The process of search demand in the promotion of furniture shopping centers is analyzed. In this paper, an algorithm for setting up a contextual advertising company is compiled.

Ключевые слова: интернет, продвижение, реклама, маркетинг, поисковый спрос, система лидогенерации, контекстная реклама, информационная среда

Keywords: Internet, promotion, advertising, marketing, search query, lead generation system, contextual advertising, information environment

Введение

Рекламные агентства, продвигающие продукцию в интернете, стали более эффективными.

Реклама в Интернете имеет ряд преимуществ, в отличие от наружной рекламы или рекламы в СМИ. Самым большим вызовом 2022 года для Digital-маркетинга в России стал утрата доступа к большому количеству качественного инвентаря и инструментов аналитики эффективности рекламных кампаний. Эти сервисы были крайне востребованы средним и малым бизнесом. Кардинальные трансформации стали определенным вызовом для маркетологов. Однако по прошествии года стало понятно, что изменения создали пространство для новых возможностей.

Актуальность темы исследования, представленного в статье, заключается в том, что наблюдается тенденция увеличения рекламных агентств, ко-

которые продвигают свою продукцию. Своей деятельностью реклама усиливает рост роли материальных интересов в жизни человека.

Практически все рекламные компании имеют своё представительство в Интернете в виде страницы, группы, блока и т.д. На сегодняшний день продвижение рекламной продукции называют нечто большее, чем просто способ продажи товара путем Всемирной паутины. Интернет является самой эффективной зоной рекламы для рекламодателя.

В связи с этим цель данной работы — исследование возможностей интернет-продвижения и настройка рекламной компании на примере системы Яндекс.Директ.

Достижение поставленной цели возможно при выполнении следующих задач:

- 1) провести анализ поискового спроса в тематике продвижения мебельных торговых центров;
- 2) выполнить настройку рекламной компании на площадках поисковой системы Яндекс.Директ по тематике деятельности;
- 3) провести тестирование рекламной кампании в Яндекс.Директ;
- 4) проанализировать результатов проведенных маркетинговых мероприятий.

Объектом исследования является комплекс методов и приемов, которые используются при продвижении товаров и услуг

Результаты исследования

Эффективная система интернет-продаж – комплекс процессов, стандартов и процедур, принятых в коммерческой организации с предсказуемым результатом в виде объема продаж. Она включает в себя ряд обязательных компонентов.

1. Анализ внешней информационной среды в сфере деятельности компании.

2. Продукт. Это может быть товар, услуга, комплекс услуг с товаром или без. Построение системы продаж начинается с позиционирования товара в виде уникального торгового предложения.

3. Система лидогенерации. Лиды – это потенциальные клиенты, которые первично заинтересовались вашим продуктом, но еще не приобрели его. Генерация лидов производится разными путями, но она должна быть.

4. Воронка продаж. Это те этапы, которые проходит клиент в процессе сделки, начиная с первого «касания» и заканчивая покупкой. На каждом этапе часть клиентов неизбежно «отваливается».

5. Стандарты продаж. Сотрудники будут приходить и уходить, поэтому выстроить систему управления продажами необходимо так, чтобы она не зависела от конкретных людей.

6. Система контроля и анализа эффективности. Под этим подразумевается система контроля отдела продаж в целом и каждого сотрудника отдельно, анализ эффективности системы продаж и каждого ее компонента.

7. Создание единой архитектуры официального сайта ТЦ «Планета МЕБЕЛЬ».

Для реализации эффективной системы интернет-продаж в рамках работы с ТЦ «Планета МЕБЕЛЬ» было предложено реализовать комплекс научно-исследовательских мероприятий, которые в совокупности позволили добиться значительного результата в области создания положительного имиджа ТЦ на рынке Самарской области. В данном ключе предполагалась реализация следующих укрупненных исследовательских блоков:

- Исследование, анализ поискового спроса в тематике продвижения мебельных торговых центров
- Настройка рекламной компании на площадках поисковой системы Яндекс.Директ по тематике деятельности
- Тестирование рекламной кампании в Яндекс.Директ и анализ результатов проведенных маркетинговых мероприятий.

Контекстная реклама или реклама в системах Яндекс.Директ – это различные объявления (текстовые, графические, видео), которые показываются пользователям в соответствии с их поисковыми запросами, интересами или поведением в интернете. Контекстная реклама показывается в поисковых системах, на различных сайтах, в мобильных приложениях и на других ресурсах.

Контекстную рекламу можно условно разделить на поисковую и рекламу в сетях. Но она давно перестала ограничиваться какими-то явными рамками, а новые возможности для рекламодателей появляются постоянно. Основные типы рекламных кампаний в Яндекс.Директе:

1. Поисковая реклама. Реклама в результатах поиска Яндекса.
2. Кампании в Рекламной сети Яндекса. Реклама на сайтах, в приложениях и на других ресурсах партнеров рекламных систем.
3. Смарт-баннеры в Яндекс.Директе. Это объявления с динамическим контентом, который формируется с учетом интересов пользователя на основе фида (файла, который содержит информацию о товарном ассортименте).
4. Реклама мобильных приложений в Яндекс.Директе.
5. Баннер на поиске Яндекса. Показывается справа от результатов поиска в Яндексе, но не в виде стандартных текстовых объявлений, а в виде красивого изображения.
6. Видеореклама. Интерактивная реклама в формате видео.

Алгоритм настройки контекстной рекламной компании включает следующие этапы:

- Собрать базисы на основе ключевых направлений и услуг Заказчика и выгрузить их в MOAV.Tools для обработки (не забыть выбрать регион, если нужно);
- Добавить базисы-синонимы («ремонт стиральной машины» и «ремонт стиралки» являются разными базисами);

- При формировании базисов провести сборку минус-слов для экономии трафика;
- Выгрузить базисы в MOAB.Tools и дождаться завершения подбора.

Таблица 1 – Исходные базисы для настройки рекламной компании

Исходный базис	Количество запросов
Купить мебель +в Тольятти	1504
Мебельный магазин	1110
Купить диван в Тольятти	2627
Стол и стулья Тольятти	6412
Офисная мебель	317
Кухни Тольятти	4315
Мебель для спальни	487
Мебель для гостиной	864
Мебель детской	694

- Загрузить полученную базу в KeyCollector для очистки и кластеризации
- Произвести очистку базы, исключив минус-слова, длинные запросы (более 7 слов), нулевые запросы
- Сформировать группы ключевых слов (кластеры), куда скопировать ключи из общей базы
- Выбрать 30% частотных ключевых слов (не менее 500 ключей), выгрузить их в редактор Microsoft Word и произвести «визуальное форматирование»

Таблица 2 – Количество запросов после очистки и кластеризации

Исходный базис	Количество ключевых фраз
Купить мебель в Тольятти	521
Мебельный магазин	435
Купить диван в Тольятти	134
Стол и стулья Тольятти	432
Офисная мебель	324
Кухни Тольятти	737
Мебель для спальни	182
Мебель для гостиной	407
Мебель детской	360

- Продумать уникальное торговое предложение (далее – УТП), заголовки, описание, уточнения, цены, быстрые ссылки для выгрузки в рекламную компанию
- На отдельном листе Microsoft Word прописать по 3 основных заголовка к каждому кластеру, которые повторяют наиболее частотные запросы из данного кластера;
- Прописать 10 вариантов вторых заголовков для объявлений так, чтобы заголовки включали (по возможности) цифровые характеристики (например, более 200 моделей, от 500 руб, скидка до 50%);
- Прописать 5 вариантов описаний для объявлений так, чтобы текст максимально отражал принципы и преимущества работы компании;
- Прописать 10 вариантов уточнений, которые должны включать наиболее значимые преимущества компании (например, Сертификат качества, Качество 100%, Доставка, Супер-скидки, Скидки ВСЕМ, Рассрочка, Выезд 24/7 и т.д.);
- Прописать цены и формат представления цены (от 500 руб, до 10000 руб и т.д.);
- Добавить и пройти модерацию на быстрые ссылки (ссылки на релевантные страницы сайта).

Таблица 3 – Перечень ключевых элементов рекламной компании

<p>Варианты основного заголовка</p> <ul style="list-style-type: none"> • Мебель в Тольятти по низким ценам • Купить мягкую мебель в Тольятти и Самаре • Заказать кухню по индивидуальному проекту • Мебель для кухни в Тольятти на заказ • Купить мебель в ТЦ «Планета МЕБЕЛЬ» • Широкий выбор мебели в Тольятти • Аренда площадей в ТЦ «Планета МЕБЕЛЬ» • Большой выбор торговых мест в ТЦ «Планета МЕБЕЛЬ» • Аренда торговых площадей в ТЦ «Планета МЕБЕЛЬ» • Аренда в ТЦ «Планета МЕБЕЛЬ» в Тольятти
<p>Варианты второго заголовка</p> <ul style="list-style-type: none"> • На любой вкус и кошелек • 100% качество • Любые цвета и размеры • Гибкие цены за кв.м. • 20000 кв.м. площадей • Крупнейший мебельный центр
<p>Варианты описаний объявлений</p> <ul style="list-style-type: none"> • Мебель в Тольятти для любых целей. Широкий выбор брендов. Доставка. Скидки и акции • Купите мебель в ТЦ «Планета мебель». Любые размеры и цвета. В наличии и под заказ • Огромный выбор мебели в ТЦ «Планета мебель». Мебель из Европы, России и Белоруссии • Сдадим в аренду площади в мебельном центре «Планета мебель». Гибкая система оплаты • Аренда торговых мест в ТЦ «Планета мебель». Индивидуальный подход к арендаторам. • Огромный мебельный центр в Самарской области. Маркетинговая поддержка для партнёров • Мебель для спальни в Тольятти в наличии и под заказ. Кровати, матрасы, шкафы. • Спальная мебель в ТЦ «Планета мебель». В наличии и под заказ. Доставка. Скидки от 10% • Огромный выбор мебели для спальни в Тольятти. Спальные комнаты из Европы и России
<p>Варианты уточнений</p> <ul style="list-style-type: none"> • 20000+ кв.м площадей • 70+ магазинов • Скидки от 10% • Всё в одном месте
<p>Варианты быстрых ссылок</p> <ul style="list-style-type: none"> • Акции Специальные предложения от партнёров https://plan.net.ru/special/ • Магазины Широкий выбор представленных брендов https://plan.net.ru/tenantry/ • Новости Советы по дизайну, новинки, тренды https://planeta.tagster.club/news/ • Контакты Мы ближе, чем вы думаете https://plan.net.ru/contacts/

- Создать основную рекламную компанию, куда выгрузить все кластеры с ключевыми словами и соответствующие им наборы заголовков, описаний и уточнений:
 - Создать группу объявлений под каждый кластер с 3-4 объявлениями, прописать под каждое Заголовки, Описания, Уточнения, Быстрые ссылки, Цены и т.д.;
 - Создать отдельную группу объявлений под объявления с подменой, где прописать базовый заголовок, окружив его символом «#» (Напр., #Мыло ручной работы в Самаре#), а также добавить Описания, Уточнения, Быстрые ссылки, Цены и т.д.

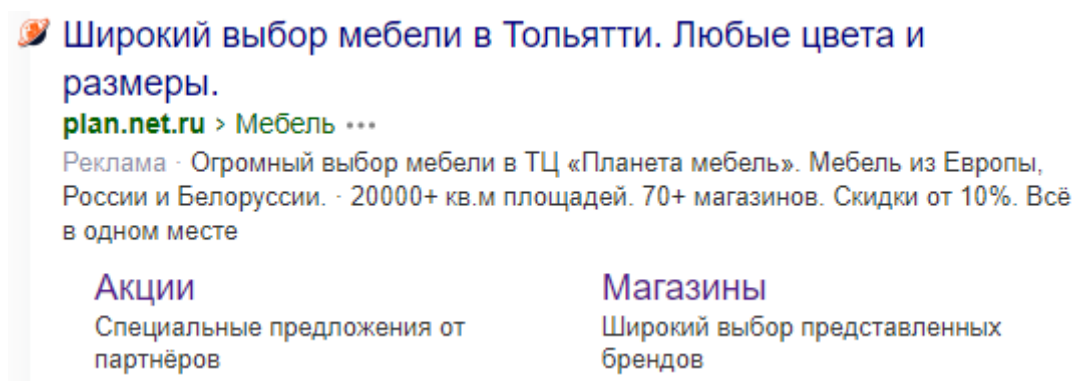


Рис. 1 – Внешний вид рекламных объявлений в Яндекс.Директ

- Сделать дубликат основной рекламной компании и выбрать место показа для каждой в отдельности
 - Для рекламы на поиске установить место показа «Поиск Яндекса»;
 - Для рекламы в сети Яндекса установить место показа «Главная страница и Рекламная сеть».

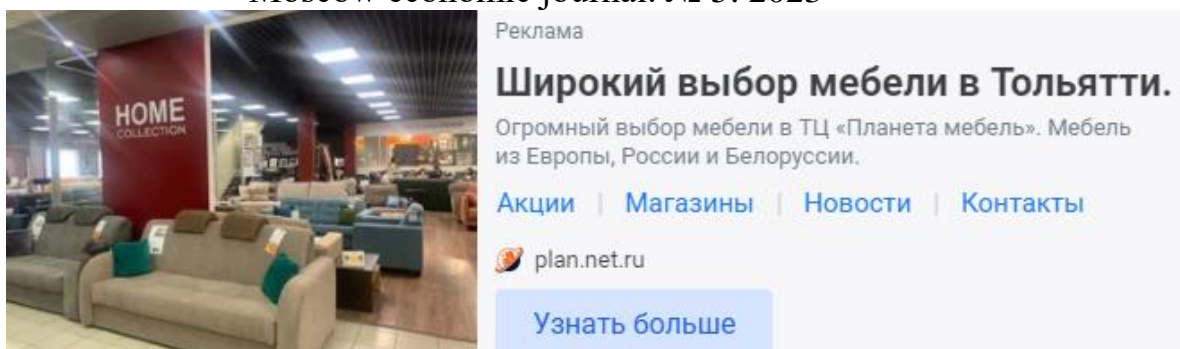


Рис. 2 – Внешний вид рекламных объявлений в РСЯ Яндекс.Директ

- Завершить настройку компании, добавив счетчики Метрики и выбрав стратегию оптимизации
- Прицепить счетчик Метрики к каждой компании, установить расписание показов, регионы показа;
- Установить стратегию «Оптимизация кликов» по недельному бюджету с максимальной ценой клика в 25 руб для начала;
- Добавить организацию в раздел «Контактная информация в объявлениях».

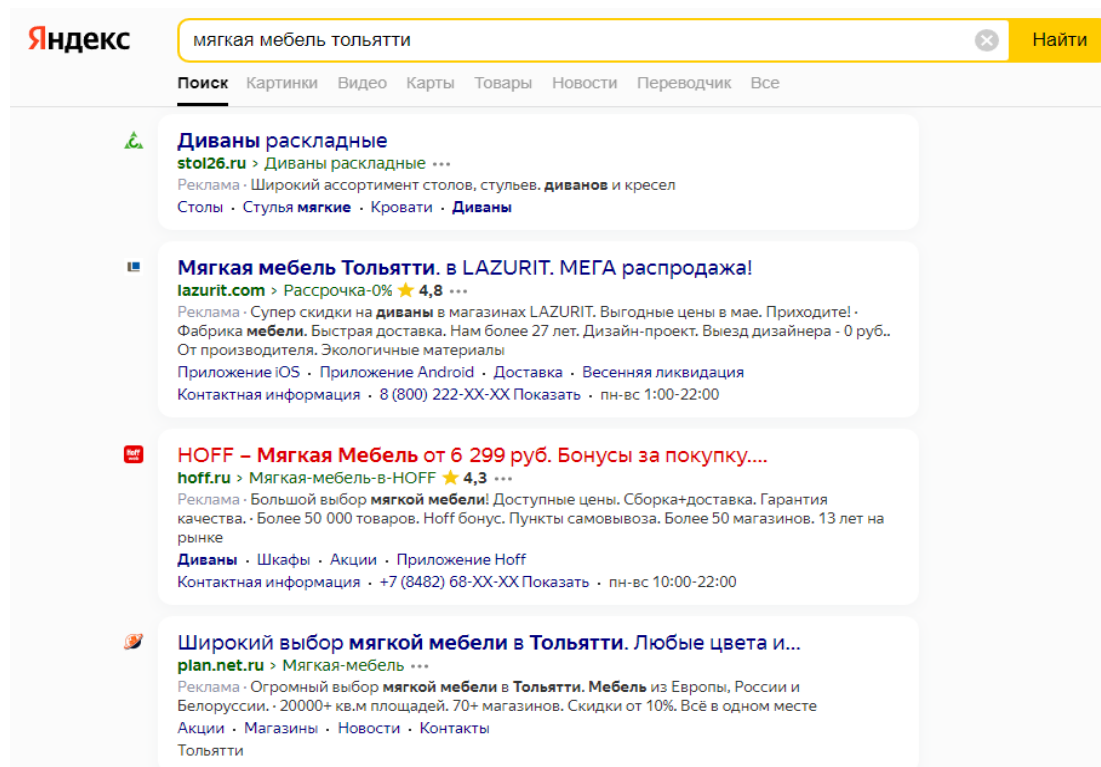


Рис. 3 – Внешний вид готового объявления в поисковой выдаче

Рекламная кампания ТЦ «Планета МЕБЕЛЬ» условно разделяется на 2 крупных блока: реклама самого торгового центра и реклама продукции арендаторов. Реклама торгового центра включает запросы, связанные с арендой коммерческих площадей в Тольятти, реклама продукции подразумевает более широкий блок запросов, включающий как брендовые запросы, так и общецелевые запросы на мебельную тематику.

При этом для того, чтобы можно было провести более подробную аналитику было предложено разделить всю кампанию на 4 блока: контекстная реклама ТЦ, контекстная реклама продукции, реклама ТЦ в рекламной сети Яндекса, реклама продукции в рекламной сети Яндекса.

Таблица 4 – Общая статистика по контекстной рекламной кампании ТЦ «Планета МЕБЕЛЬ»

Дата ↑	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Ср. расход за день, руб.	Глубина (стр.)
25.04.22 – 01.05.22	17020	191	1.12	2 114.19	11.07	704.73	1.65
02.05.22 – 08.05.22	39559	705	1.78	4 903.69	6.96	700.53	1.87
09.05.22 – 15.05.22	47693	1016	2.13	4 815.81	4.74	687.97	1.95
16.05.22 – 22.05.22	52764	949	1.80	4 918.25	5.18	702.61	2.04
23.05.22 – 29.05.22	58968	1057	1.79	5 339.44	5.05	762.78	1.93
30.05.22 – 05.06.22	20561	378	1.84	1 941.71	5.14	388.34	1.79
06.06.22 – 12.06.22	67430	1251	1.86	5 915.56	4.73	845.08	1.93
13.06.22 – 19.06.22	81943	1208	1.47	6 691.87	5.54	955.98	2.01
20.06.22 – 26.06.22	73379	1170	1.59	6 684.69	5.71	954.96	1.86
27.06.22 – 03.07.22	75618	987	1.31	5 902.29	5.98	843.18	1.89
04.07.22 – 10.07.22	94268	1216	1.29	7 450.43	6.13	1 064.35	1.81
11.07.22 – 17.07.22	81326	1101	1.35	7 058.46	6.41	1 411.69	1.84
Итого	710529	11229	1.58	63 736.39	5.68	838.64	1.91

Общая статистика по рекламной кампании позволяет оценить общую результативность рекламной кампании. В целом отметить довольно низкую для мебельного рынка ставку средней цены клика в 5,68 руб и неплохой показатель общего охвата в 710000 показов рекламы. Если

подробно проанализировать значения средней цены клика в течение всего периода работы, то можно отметить увеличение стоимости клика во второй половине июня, что объясняется началом сезона отпусков. Увеличение стоимости клика заметно по всем 4 кампания и затрагивает как кампанию по рекламе продукции арендаторов ТЦ, так и кампанию по сдаче в аренду торговых площадей.

Таблица 5 – Статистика по контекстной рекламной кампании ТЦ «Планета МЕБЕЛЬ» (продвижение мебели на поиске)

Дата ↑	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Ср. расход за день, руб.	Глубина (стр.)
25.04.22 – 01.05.22	612	47	7.68	1 003.00	21.34	334.33	1.98
02.05.22 – 08.05.22	2958	264	8.92	2 483.70	9.41	354.81	2.27
09.05.22 – 15.05.22	4186	379	9.05	2 500.01	6.60	357.14	2.01
16.05.22 – 22.05.22	4189	391	9.33	2 499.99	6.39	357.14	2.09
23.05.22 – 29.05.22	4060	392	9.66	2 495.36	6.37	356.48	2.06
30.05.22 – 05.06.22	1310	133	10.15	940.15	7.07	235.04	1.91
06.06.22 – 12.06.22	3815	397	10.41	2 499.98	6.30	357.14	2.00
13.06.22 – 19.06.22	3787	415	10.96	2 480.60	5.98	354.37	2.17
20.06.22 – 26.06.22	3971	402	10.12	2 486.25	6.18	355.18	2.10
27.06.22 – 03.07.22	3079	294	9.55	1 971.43	6.71	281.63	2.07
04.07.22 – 10.07.22	4400	372	8.45	2 499.99	6.72	357.14	2.03
11.07.22 – 17.07.22	3044	290	9.53	1 983.68	6.84	396.74	2.21
Итого	39411	3776	9.58	25 844.14	6.84	344.59	2.09

Таблица 6 – Статистика по контекстной рекламной кампании ТЦ «Планета МЕБЕЛЬ» (продвижение мебели в рекламной сети Яндекса)

Дата ↑	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Ср. расход за день, руб.	Глубина (стр.)
25.04.22 – 01.05.22	11429	107	0.94	851.20	7.96	283.73	1.64
02.05.22 – 08.05.22	17292	347	2.01	1750.00	5.04	250.00	1.63
09.05.22 – 15.05.22	25006	546	2.18	1750.01	3.21	250.00	2.01
16.05.22 – 22.05.22	30840	468	1.52	1750.00	3.74	250.00	2.11
23.05.22 – 29.05.22	22153	490	2.21	1750.00	3.57	250.00	1.95
30.05.22 – 05.06.22	7218	187	2.59	672.30	3.60	134.46	1.82
06.06.22 – 12.06.22	19583	574	2.93	1749.93	3.05	249.99	2.08
13.06.22 – 19.06.22	25020	492	1.97	1750.01	3.56	250.00	2.21
20.06.22 – 26.06.22	22275	476	2.14	1750.00	3.68	250.00	1.88
27.06.22 – 03.07.22	15907	370	2.33	1352.92	3.66	193.27	2.14
04.07.22 – 10.07.22	20288	435	2.14	1750.00	4.02	250.00	1.94
11.07.22 – 17.07.22	15539	339	2.18	1430.63	4.22	286.13	2.01
Итого	232550	4831	2.08	18307.00	3.79	240.88	1.99

Результативность рекламной кампании по продвижению продукции арендаторов подтверждается также низкими стоимостями клика (средняя стоимость клика на поиске 6,84 руб, средняя стоимость клика в рекламной сети Яндекса 3,79 руб). При этом на поиске отмечается довольно высокий показатель параметра CTR (так называемый кликрейт, т.е. отношение людей, которые перешли по рекламе к людям, которые ее посмотрели). Среднее значение CTR на поиске составило 9,59%, при средней глубине просмотров в 2,09 страниц (т.е. каждый посетитель, перешедший по рекламе посмотрел в среднем еще одну страницу на сайте).

Таблица 7 – Статистика по контекстной рекламной кампании ТЦ

«Планета МЕБЕЛЬ» (продвижение аренды в ТЦ на поиске)

Дата ↑	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Ср. расход за день, руб.	Глубина (стр.)
25.04.22 – 01.05.22	17	1	5.88	23.88	23.88	7.96	1.00
02.05.22 – 08.05.22	303	15	4.95	270.00	18.00	38.57	1.00
09.05.22 – 15.05.22	315	10	3.17	165.78	16.58	23.68	1.00
16.05.22 – 22.05.22	361	16	4.43	268.25	16.77	38.32	1.06
23.05.22 – 29.05.22	436	14	3.21	233.57	16.68	33.37	1.00
30.05.22 – 05.06.22	72	4	5.56	60.62	15.16	20.21	1.00
06.06.22 – 12.06.22	312	23	7.37	508.03	22.09	72.58	1.20
13.06.22 – 19.06.22	446	24	5.38	1 061.25	44.22	151.61	1.09
20.06.22 – 26.06.22	450	25	5.56	1 056.23	42.25	150.89	1.00
27.06.22 – 03.07.22	289	24	8.30	1 017.64	42.40	169.61	1.09
04.07.22 – 10.07.22	342	28	8.19	1 200.45	42.87	171.49	1.00
11.07.22 – 17.07.22	380	26	6.84	1 220.41	46.94	244.08	1.04
Итого	3723	210	5.64	7 086.11	33.74	97.07	1.05

Таблица 8 – Статистика по контекстной рекламной кампании ТЦ

«Планета МЕБЕЛЬ» (продвижение аренды в ТЦ в рекламной сети Яндекса)

Дата ↑	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего, руб.	Ср. цена клика, руб.	Ср. расход за день, руб.	Глубина (стр.)
25.04.22 – 01.05.22	4962	36	0.73	236.11	6.56	78.70	1.00
02.05.22 – 08.05.22	19006	79	0.42	399.99	5.06	80.00	1.05
09.05.22 – 15.05.22	18186	81	0.45	400.01	4.94	66.67	1.00
16.05.22 – 22.05.22	17374	74	0.43	400.01	5.41	57.14	1.14
23.05.22 – 29.05.22	32319	161	0.50	860.51	5.34	122.93	1.04
30.05.22 – 05.06.22	11961	54	0.45	268.64	4.97	67.16	1.00
06.06.22 – 12.06.22	43720	257	0.59	1 157.62	4.50	165.37	1.11
13.06.22 – 19.06.22	52690	277	0.53	1 400.01	5.05	200.00	1.06
20.06.22 – 26.06.22	46683	267	0.57	1 392.21	5.21	198.89	1.11
27.06.22 – 03.07.22	56343	299	0.53	1 560.30	5.22	222.90	1.06
04.07.22 – 10.07.22	69238	381	0.55	1 999.99	5.25	285.71	1.17
11.07.22 – 17.07.22	62363	446	0.72	2 423.74	5.43	484.75	1.13
Итого	434845	2412	0.55	12 499.14	5.18	173.60	1.10

Результативность рекламной кампании, нацеленной на привлечение потенциальных арендаторов можно оценить только по количеству новых партнеров. По данным Яндекс.Метрики и собственным источникам с

запросом на аренду в администрацию ТЦ «Планета МЕБЕЛЬ» обратилось 2-3 клиента, при этом все заявки были получены из рекламы в рекламной сети Яндекса.

Таблица 9 – Статистика по основным поисковым запросам по контекстной рекламной кампании ТЦ «Планета МЕБЕЛЬ»

Поисковый запрос	Показы	Клики	CTR (%)	Расход всего (руб.)	Ср. цена клика, руб.
Мебель Тольятти	660	107	16.21	712.41	6.66
Планета мебель Тольятти	376	88	23.40	556.71	6.33
Дешевая мебель тут каталог с ценами в Тольятти	361	68	18.84	403.27	5.93
Мебель в Тольятти	179	44	24.58	308.77	7.02
Планете мебели Тольятти каталог	96	41	42.71	222.93	5.44
Дешевая мебель тут каталог	232	29	12.50	179.65	6.19
Цвет мебели Тольятти	137	22	16.06	144.77	6.58
Планета мебели Тольятти каталог	641	22	3.43	223.77	10.17
Дешевая мебель тут Тольятти	43	20	46.51	110.50	5.53
Планета мебели Тольятти каталог	83	19	22.89	127.77	6.72
Дешевая мебель тут каталог с ценами	81	18	22.22	133.01	7.39
Кухни Тольятти	123	18	14.63	173.96	9.66
Детская мебель Тольятти	69	15	21.74	144.82	9.65
Дешевая мебель тут Тольятти каталог товаров цены фото	59	14	23.73	67.16	4.80
Купить диван в Тольятти	51	13	25.49	92.26	7.10

Таким образом, анализ статистики по основным поисковым запросам в контекстной рекламе позволяет выделить те ключевые слова, которые в дальнейшем могут быть использованы для подготовки новостей и обзорных статей. Кроме этого, упоминание в ключевых словах словоформы «каталог» говорит о том, что потенциальные клиенты хотят увидеть предлагаемую продукцию на официальном сайте торгового центра. В целом решение по созданию каталога продукции может стать не только сильным конкурентным преимуществом, но и позволит привязать текущих арендаторов, у которых нет своего интернет-магазина к торговому центру.

Список источников

1. ESG-принципы: что это такое и зачем компаниям их соблюдать. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green/>.
2. Как санкции повлияют на развитие ESG в России. URL: https://raexpert.ru/researches/sus_dev/esg2022/.
3. In Pursuit of Long-Term Sustainability // BCG Weekly Brief. 2022. April, 26. URL: <https://bcg-2021-annual-sustainability-report-apr-2022/>.
4. Вклад в достижение Целей ООН в области устойчивого развития case studies: URL: <https://www.rosneft.ru/Investors/ESG/>
5. Годовой отчет ОАО Новокуйбышевский НПЗ за 2021 год. URL: <https://pandia.ru/text/80/156/22700-16.php>.
6. Экономический эффект программы энергосбережения Куйбышевского НПЗ в 2021 г. превысил 90 млн руб. URL: <https://neftegaz.ru/news/neftechim/72465>
7. Сбер представил свою ESG-стратегию на сессии Московской биржи. URL: <https://press.sber.ru/publications>.
8. Boston Consulting Group. URL: <https://www.bcg.com/>.
9. INSEAD Corporate Governance Centre. URL: <https://www.insead.edu/centres/corporate-governance>.
10. ESG-рейтинги и российская практика. URL: <https://www.if24.ru/esg-rejtingi-i-rossijskaya-praktika/?ysclid=l81jx54hvh901507730>.

11. Ответственная энергия: отчет в области устойчивого развития — 2021. URL: https://www.rosneft.ru/upload/site1/document_file/Rosneft_CSR2021_RUS.pdf.

12. Стремления ESG — СберБанк. URL: <https://www.sberbank.com/ru/sustainability>.

13. Янова В. В. Экономическая теория: учебное пособие / В. В. Янова, Е. А. Янова. М.: Эксмо, 2009. 510 с.

References

1. ESG principle: what it is and what companies should pay for. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green/>.

2. Sanctions will affect the development of ESG in Russia. URL: https://raexpert.ru/researches/sus_dev/esg2022/.

3. In Pursuit of Long-Term Sustainability // BCG Weekly Brief. 2022. April, 26. URL: <https://bcg-2021-annual-sustainability-report-apr-2022/>.

4. Contribution to the achievement of the UN Sustainable Development Goals case studies: <https://www.rosneft.ru/Investors/ESG/>

5. Annual report of OAO Novokuibyshevsky Refinery for 2021. URL: <https://pandia.ru/text/80/156/22700-16.php>.

6. The economic effect of the energy saving program of the Kuibyshev Refinery in 2021 exceeded 90 million rubles. URL: <https://neftegaz.ru/news/neftechim/72465>

7. Sberbank presented its ESG strategy at the session of the Moscow Stock Exchange. URL: <https://press.sber.ru/publications>.

8. Boston Consulting Group. URL: <https://www.bcg.com/>.

9. INSEAD Corporate Governance Centre. URL: <https://www.insead.edu/centres/corporate-governance>.

10. ESG rating and Russian practice. URL: <https://www.if24.ru/esg-rejtingi-i-rossijskaya-praktika/?ysclid=181jx54hvh901507730>.

11. Responsible Energy: Sustainable Development Report — 2021. URL: https://www.rosneft.ru/upload/site1/document_file/Rosneft_CSR2021_RUS.pdf.

12. Founder of ESG-SberBank. URL: <https://www.sberbank.com/ru/sustainability>.

Московский экономический журнал. № 5. 2023

Moscow economic journal. № 5. 2023

13. V. Yanova. V. Economic theory: textbook / V. V. Yanova, E. A. Yanova. M.: Eksmo, 2009. 510 P.

Для цитирования: Латушкина Т.С., Майорова И.А., Харитонова Е.А. Исследование возможностей интернет-продвижения и настройка рекламной компании // Московский экономический журнал. 2023. № 6.
URL: <https://qje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-5-2023-56/>

© Латушкина Т.С., Майорова И.А., Харитонова Е.А., 2023. Московский экономический журнал, 2023, № 6.