

КРЕАТИВНА РЕКЛАМА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЦИФРОВИХ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Олена Мороз

кандидат економічних наук, доцент кафедри бізнес адміністрування, маркетингу і туризму,

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, вул. Університетська, 20, 39600, Полтавська область, м. Кременчук, Україна, alenamrz@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4383-1544

Оксана Збиранник

старший викладач кафедри бізнес адміністрування, маркетингу і туризму,

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, вул. Університетська, 20, 39600, Полтавська область, м. Кременчук, Україна, zbyrannykoksana@gmail.com

ORCID:0000-0003-2039-8952

Тетяна Гайкова

к.т.н., доцент кафедри транспортних технологій,

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, вул. Університетська, 20, 39600, Полтавська область, м. Кременчук, Україна, tanyaikaikova@ukr.net

ORCID:0000-0002-6972-3210

У статті розглянуто креативну рекламу як інструмент цифрових маркетингових технологій на основі досліджень, що підтверджують її ефективність. Креативна реклама є важливим інструментом цифрового маркетингу, який дозволяє компаніям залучати увагу споживачів та створювати ефективні кампанії з продажу товарів та послуг. У даній статті розглянуто тактики і принципи креативної реклами в цифровому маркетингу. Дослідження показали, що споживачі позитивно сприймають креативну рекламу, яка створює емоційний зв'язок з брендом та пропонує користувачам унікальний досвід. Наведені результати досліджень підтверджують ефективність використання креативної реклами у цифровому маркетингу та підкреслюють її важливість для створення успішних кампаній з продажу.

Ключові слова: реклама, креатив, цифрові інструменти маркетингу.

Актуальність роботи. Сьогоднішня характеризується високою конкуренцією на ринку, де кожен виробник прагне вивести свій продукт на передні позиції, а щоб цього досягнути, використовуються різноманітні інструменти маркетингу, включаючи креативну рекламу. Цифрові технології в останні роки значно змінили спосіб, яким ми спілкуємося та споживаємо продукти та послуги. Вони відкривають нові можливості для бізнесу, включаючи нові методи маркетингу та реклами. Цифрові технології, зокрема, дозволяють розробляти ефективні маркетингові кампанії з використанням креативної реклами як інструменту, який дозволяє виділятися на тлі конкурентів та залучати увагу клієнтів. Креативна реклама є одним з таких методів, який дозволяє брендам привертати увагу своєї аудиторії та збільшити конверсію. Тому метою статті є дослідження, як креативна реклама допомагає вирізнятися серед конкурентів, а також які є особливості використання цього інструменту в цифровому маркетингу.

Матеріал і результати досліджень. Креативна реклама – це спосіб залучення уваги потенційних клієнтів, що заснований на створенні яскравого та запам'ятовуваного образу продукту чи бренду. Такий вид реклами вимагає нестандартного підходу до вирішення завдання та акцентується на творчості та оригінальності. Креативна реклама є ефективним інструментом у тих випадках, коли потрібно висвітлити якусь унікальну рису продукту або бренду, зробити акцент на нововведеннях, які відрізняють товар від конкурентів. Застосування креативної реклами дозволяє підвищити ефективність маркетингових кампаній та забезпечити позиціонування бренду в свідомості споживачів.

За допомогою цифрових технологій можна розробити креативну рекламу, яка максимально точно відповідає потребам та інтересам цільової аудиторії. Наприклад, використання аналітики дозволяє збирати дані про споживачів та їхні поведінкові та інтересні характеристики, що в свою чергу дозволяє створювати

кампанії, що максимально спрямовані на конкретну аудиторію [1].

Одним із основних елементів креативної реклами є використання неочікуваних та нестандартних ідей та рішень. Це дозволяє залучати увагу та запам'ятовувати інформацію про продукт, оскільки люди більш схильні звертати увагу на незвичайні рішення. Також креативна реклама часто використовує гумор та іронію, що є ефективним способом розриву звичних схем мислення та привернення уваги.

Окрім того, креативна реклама може бути використана для підвищення ефективності інших інструментів маркетингу. Наприклад, рекламна кампанія може використовувати контекстну рекламу, що співпадає з ідеєю креативної реклами, або використовувати соціальні мережі для розповсюдження відеороликів чи рекламних постів з нестандартним змістом.

Проведені дослідження щодо сприйняття споживачами креативної реклами показали високий результат її сприйняття. Згідно з дослідженнями, проведеними Kantar Millward Brown, споживачі позитивно сприймають креативну рекламу. Зокрема, рекламні ролики з високим рівнем креативності викликають більшу увагу, запам'ятовуються краще та спонукають до дії [2].

Дослідження, проведені рекламним агентством McCann Erickson, показали, що креативна реклама може збільшувати рівень довіри споживачів до бренду та позитивно впливати на їхню готовність купувати продукти [3].

Згідно з дослідженнями Nielsen, креативна реклама може збільшувати ефективність рекламних кампаній. Зокрема, реклама з високим рівнем креативності може збільшувати рівень уваги, запам'ятовуваності та впливати на поведінку споживачів [4].

Дослідження, проведені рекламним агентством Leo Burnett, показали, що креативна реклама може збільшувати емоційну залученість споживачів до рекламного повідомлення. Зокрема, споживачі частіше діляться рекламою з високим рівнем креативності у соціальних мережах та рекомендують її своїм знайомим.

Згідно з дослідженням Hubspot, 64% споживачів заявили, що вони схильні до взаємодії з рекламою, яка є цікавою та забавною. Дослідження Google, 56% споживачів заявили, що більше за все вони люблять рекламу, яка є забавною та креативною. Дослідженням IPG Media Lab та Sharethrough показали що, реклама, яка має високу емоційну привабливість та цікаву

історію, має 23% більшу ефективність у порівнянні з традиційною рекламою. Inskin Media та Lumen Research з'ясували щ, реклама з високою якістю зображення та цікавим контентом має 2,2 рази більшу увагу споживачів порівняно з традиційною рекламою. Відповідно до досліджень Forbes, 91% споживачів заявили, що вони згодні переважно використовувати рекламні блокирувальники через те, що традиційна реклама надокучлива [5-7].

Дослідження показують, що креативна реклама є ефективним інструментом для залучення уваги та збільшення конверсії. Згідно з дослідженням рекламної платформи Google Ads, реклама з високим рівнем креативності має в 27 разів більшу ймовірність бути поміченою користувачем, порівняно зі стандартною рекламою. Дослідження аналітичної компанії Nielsen показують, що реклама з високим рівнем креативності має в 21 раз більшу ймовірність бути запам'ятованою користувачем порівняно зі стандартною рекламою. Крім того, висока креативність реклами може підвищити відсоток кліків на неї від 10% до 40% [4].

Отже, результати досліджень свідчать про те, що креативна реклама може бути більш ефективною та привабливою для споживачів, ніж традиційна реклама. Однак, варто бути обережними з кількістю та інтенсивністю реклами, оскільки це може викликати негативну реакцію споживачів.

Цифрові технології дозволяють розробляти креативну рекламу, що максимально точно відповідає потребам та інтересам цільової аудиторії. Наприклад, рекламні кампанії можуть бути налаштовані на показ реклами конкретним групам споживачів на основі їхніх демографічних характеристик, інтересів, поведінки та інших даних, зібраних за допомогою цифрових інструментів. Такий підхід дозволяє максимально ефективно використовувати бюджет на рекламу та залучати максимальну кількість зацікавлених споживачів [8].

Одним з найбільш ефективних інструментів креативної реклами в цифровому маркетингу є відеореклама. Відеореклама дозволяє передати більше інформації про продукт, показати його в дії, створити емоційне зв'язок з аудиторією та запам'ятися їй. Крім того, цифрові технології дозволяють показувати відеорекламу на різних платформах, таких як YouTube, Facebook, Instagram та інші, залежно від цільової аудиторії [9].

Іншим ефективним інструментом креативної реклами в цифровому маркетингу є інтерактивна реклама. Цей тип реклами дозволяє спо-

живачам брати участь у взаємодії з рекламою, відчувати її більш особистою та більш ефективно запам'ятовувати інформацію про продукт. Наприклад, це можуть бути ігрові елементи в рекламі, де споживачі можуть отримати знижку на продукт або приз за успішну гру.

Креативна реклама є важливим інструментом для підвищення конкурентоспроможності бізнесу. За допомогою креативної реклами можна створювати унікальні та запам'ятовуючі рекламні кампанії, які дозволяють привертати увагу аудиторії та відрізнити свій бренд від конкурентів. Крім того, креативна реклама допомагає створювати позитивне сприйняття бренду, залучати нових клієнтів та збільшувати лояльність вже існуючих [10].

Одним з прикладів успішної креативної рекламної кампанії є кампанія «Share a Coke» від Coca-Cola. У рамках цієї кампанії були розроблені пляшки з написами імен на них, що дозволило клієнтам персоналізувати свої напої та ділитися ними з друзями. Ця кампанія не лише привернула увагу аудиторії та збільшила продажі, але й створила позитивне сприйняття бренду та збільшила лояльність клієнтів.

Іншим прикладом успішної креативної рекламної кампанії є кампанія «Dumb Ways to Die» від Australian Metro. У рамках цієї кампанії була створена анімаційна відеореклама, яка показувала безглузді способи смерті та закликала до безпечної поведінки на залізниці. Ця кампанія не тільки залучила увагу аудиторії та зменшила кількість нещасних випадків на залізницях, але й отримала численні нагороди та стала прикладом креативної реклами в світі.

Для успішної реалізації креативної рекламної кампанії в цифровому маркетингу необхідно використовувати різні тактики та інструменти. Серед яких:

Відеореклама: Відеореклама є одним з найпопулярніших інструментів креативної реклами в цифровому маркетингу. Вона дозволяє привертати увагу аудиторії та передати багато інформації за короткий час. Крім того, відеореклама може бути дуже емоційною та запам'ятовуваною, що допомагає створювати позитивне сприйняття бренду.

Соціальні медіа: Соціальні медіа є одним з найбільш ефективних інструментів креативної реклами в цифровому маркетингу. Вони дозволяють створювати цікавий та запам'ятовуваний контент, який може бути поширений серед широкої аудиторії. Крім того, соціальні медіа дозволяють налаштувати рекламу на конкретну ауди-

торію та отримувати детальну статистику про ефективність рекламної кампанії.

Інтерактивна реклама: Інтерактивна реклама дозволяє залучити увагу аудиторії та взаємодіяти з нею. Наприклад, створення ігрової реклами може бути дуже ефективним інструментом креативної реклами. Вона дозволяє створювати цікавий та запам'ятовуваний контент, який зацікавлює аудиторію та дозволяє привертати її увагу до продукту або послуги.

Використання віртуальної та доповненої реальності: Віртуальна та доповнена реальність дозволяють створювати унікальні та інтерактивні рекламні кампанії. Наприклад, використання віртуальної та доповненої реальності може дозволити клієнтам випробувати продукт або послугу перед покупкою, що може збільшити їхню довіру до бренду та покращити конверсію.

Використання інфографіки та візуалізації даних: Інфографіка та візуалізація даних можуть бути дуже ефективними інструментами креативної реклами в цифровому маркетингу. Вони дозволяють передавати складну інформацію у зрозумілій та привабливій формі, що допомагає підвищити увагу та запам'ятовуваність бренду.

Використання мемів та вірусного маркетингу: Мемі та вірусний маркетинг можуть бути дуже ефективними інструментами креативної реклами в цифровому маркетингу. Вони дозволяють створювати запам'ятовувані та веселі контенти, які можуть поширюватися швидко та ефективно серед широкої аудиторії.

На основі розглянутих тактик та інструментів можна виділити такі принципи:

Аудиторія: дослідження та аналіз цільової аудиторії, визначення її потреб та інтересів.

Ідеї: розробка креативних та незвичайних ідей для привертання уваги аудиторії.

Канали: вибір найбільш ефективних каналів розміщення реклами для досягнення цілей.

Платформи: вибір цифрових платформ, на яких буде розміщуватись реклама.

Креатив: створення привабливого та цікавого креативу для реклами.

Оцінка: визначення показників ефективності рекламної кампанії та аналіз її результатів.

Таким чином, креативна реклама в цифровому маркетингу є ефективним інструментом для створення привабливого та запам'ятовувального контенту для бренду. Вона має на меті залучити увагу аудиторії та передати повідомлення бренду шляхом використання креативних та нестандартних рішень.

Одним з принципів креативної реклами є здатність відрізнятись від інших рекламних повідомлень, які можуть бути нудними та стандартними. Це може бути досягнуто шляхом використання оригінальних та неочікуваних ідей та концепцій. Іншим принципом креативної реклами є здатність привернути увагу аудиторії та створити позитивні емоції. Це можна досягти шляхом використання гумору, емоційного впливу та надання контенту персонального характеру.

Ще одним принципом креативної реклами є здатність передати повідомлення бренду у короткий час. Вона має бути інформативною та лаконічною, але в той же час запам'ятовувальною та цікавою для аудиторії. Креативна реклама також може бути використана для створення ефекту бренду, який полягає в тому, що люди запам'ятовують бренд завдяки оригінальному та незвичному рекламному повідомленню.

Один з прикладів успішної креативної реклами є кампанія бренду Old Spice. Вони створили серію рекламних відео з гумористичним підходом та незвичними сюжетами, які привернули увагу користувачів та допомогли збільшити продажі. Інший приклад – рекламна кампанія бренду Apple, яка показує продукти компанії як прості та елегантні рішення для повсякденного використання. Вони використовують мінімалістичний дизайн та прості та чіткі повідомлення, що робить рекламу надзвичайно ефективною. Заслуговує на увагу рекламна кампанія авіакомпанії Delta Airlines, яка використовувала технології доповненої реальності (AR) для створення інтерактивної реклами на вулицях міста. Користувачі могли сканувати спеціальні QR-коди та дізнаватися більше про авіакомпанію, а також брати участь в різних іграх та конкурсах [11-12].

ВИСНОВКИ. Креативна реклама є важливим інструментом цифрових маркетингових технологій, який дозволяє брендам привернути увагу аудиторії та збільшити свою популярність. Для досягнення цих цілей важливо використовувати різноманітні інструменти та тактики креативної реклами, які дозволяють передати повідомлення бренду за короткий час та залучити увагу аудиторії. Креативна реклама є важливим інструментом в сучасному цифровому маркетингу, оскільки вона допомагає залучити увагу користувачів та збільшувати конверсію. Статистичні дані під-

тверджують, що висока креативність реклами позитивно впливає на її ефективність. При створенні креативної реклами важливо враховувати особливості аудиторії та використовувати оригінальні та незвичні рішення, щоб привернути увагу та запам'ятатися користувачам. Запропоновані принципи на основі розглянутих тактик та інструментів може допомогти підвищити ефективність креативної реклами та залучити більше уваги користувачів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Чернієнко, О. І., Денисова, Т. В. Використання креативної реклами як засобу залучення споживачів в умовах діджиталізації маркетингу. *Економіка та держава*. 2018. № 11. С. 34-37.
2. Advertising trends: How to win in a digital world URL:<https://www.kantar.com/expertise/advertising-media-pr>
3. The Consumer Content Report: Influence in the Digital Age від Stackla URL:<https://stackla.com/resources/reports/consumer-content-report-influence-in-the-digital-age/>
4. The Effectiveness of Digital Advertising від Nielsen URL:<https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2019/the-effectiveness-of-digital-advertising/>
5. The State of Video Marketing 2021 від Wyzowl URL:<https://www.wyzowl.com/state-of-video-marketing-2021/>
6. The 2019 Digital Advertising Report від Adobe URL: <https://www.adobe.com/insights/reports/2019-digital-advertising-report.html>
7. State of Digital Advertising 2021 від InnerTrends URL:<https://www.innertrends.com/state-of-digital-advertising-2021/>
8. Дем'янчук, М. М., Балог, І. В.. Соціальні медіа як інструмент цифрового маркетингу в Україні. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2019. №77 (2). С. 39-44.
9. Trunina, O. Moroz and V. Herasymchuk, «Implementation of Marketing Tools in the Development of Industry 4.0,» 2021 IEEE International Conference on Modern Electrical and Energy Systems (MEES), 2021, pp. 1-6, doi: 10.1109/MEES52427.2021.9598551.
10. Мороз О.В., Збираник О.М., Коваленко М. П. Аналіз сучасних інструментів маркетингу у просуванні продукції бізнес середовища. *Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського*. Кременчук: КрНУ, 2021. Вип. 2 (127). С. 41–47.
11. Guo, H., Zhang, J., & Liu, Y.. The Impact of Creative Advertising on Consumer Buying Behavior: A Meta-Analysis. *International Journal of Marketing Studies*. 2019. № 11(2). pp. 116-125.
12. Li, H., & Leckenby, J. Understanding the Role of Creativity in Advertising: A Systematic Review of Research. *Journal of Advertising Research*, 2019. 59 (3). pp.240-256.

CREATIVE ADVERTISING AS A DIGITAL MARKETING TOOL

Olena Moroz

PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Business Administration, Marketing and Tourism,

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University, 20 Universytetska str., 39600, Poltava region, Kremenchuk, Ukraine, alenamrz@gmail.com

ORCID: 0000-0003-4383-1544

Oksana Zbyrannyk

Senior Lecturer at the Department of Business Administration, Marketing and Tourism,

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University, 20 Universytetska Str., 39600, Poltava Oblast, Kremenchuk, Ukraine, zbyrannykoksana@gmail.com

ORCID: 0000-0003-2039-8952

Tetiana Haikova

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department of Transport Technologies,

Kremenchuk Mykhailo Ostrohradskyi National University, 20 Universytetska str., 39600, Poltava region, Kremenchuk, Ukraine, tanyahaikova@ukr.net

ORCID: 0000-0002-6972-3210

Creative advertising is one such method that allows brands to attract the attention of their audience and increase conversions. Therefore, the purpose of the article is to study how creative advertising helps to stand out among competitors, as well as what are the peculiarities of using this tool in digital marketing. The article examines creative advertising as a digital marketing tool based on research that confirms its effectiveness. Creative advertising is an important digital marketing tool that allows companies to attract the attention of consumers and create effective campaigns to sell goods and services. This article discusses the tactics and principles of creative advertising in digital marketing. Studies have shown that consumers positively perceive creative advertising that creates an emotional connection with the brand and offers users a unique experience. These research findings confirm the effectiveness of creative advertising in digital marketing and emphasise its importance in creating successful sales campaigns. The research findings suggest that creative advertising can be more effective and attractive to consumers than traditional advertising. However, one should be careful with the amount and intensity of advertising, as it can cause a negative reaction from consumers. To successfully implement a creative advertising campaign in digital marketing, it is necessary to use various tactics and tools. One of the principles of creative advertising is the ability to stand out from other advertising messages that may be boring and standard. This can be achieved by using original and unexpected ideas and concepts. Another principle of creative advertising is the ability to attract the audience's attention and create positive emotions. This can be achieved through the use of humour, emotional impact and personalised content. Statistics show that high creativity of advertising has a positive impact on its effectiveness. When creating creative advertising, it is important to take into account the peculiarities of the audience and use original and unusual solutions to attract attention and be remembered by users. The proposed principles based on the discussed tactics and tools can help to increase the effectiveness of creative advertising and attract more attention from users.

Key words: advertising, creativity, digital marketing tools.

REFERENCES

1. Cherniyenko, O. I., Denysova, T. V. (2018) Vykorystannya kreatyvnoyi reklamy yak zasobu zaluchennya spozhyvachiv v umovakh didzhytalizatsiyi marketynhu. *Ekonomika ta derzhava*. № 11. pp. 34-37.
2. Advertising trends: How to win in a digital world <https://www.kantar.com/expertise/advertising-media-pr>
3. «The Consumer Content Report: Influence in the Digital Age» від Stackla (<https://stackla.com/resources/reports/consumer-content-report-influence-in-the-digital-age/>)
4. «The Effectiveness of Digital Advertising» від Nielsen (<https://www.nielsen.com/us/en/insights/report/2019/the-effectiveness-of-digital-advertising/>)
5. «The State of Video Marketing 2021» від Wyzowl (<https://www.wyzowl.com/state-of-video-marketing-2021/>)
6. «The 2019 Digital Advertising Report» від Adobe (<https://www.adobe.com/insights/reports/2019-digital-advertising-report.html>)
7. «State of Digital Advertising 2021» від InnerTrends (<https://www.innertrends.com/state-of-digital-advertising-2021/>)
8. Dem'yanchuk, M. M., & Baloh, I. V. (2019). Sotsial'ni media yak instrument tsyfrovoho marketynhu v Ukraini. *Humanitarny visnyk Zaporiz'koyi derzhavnoyi inzhenernoyi akademiyi*, 77(2), pp.39-44.

9. Trunina, O. Moroz and V. Herasymchuk, «Implementation of Marketing Tools in the Development of Industry 4.0,» 2021 IEEE International Conference on Modern Electrical and Energy Systems (MEES), 2021, pp. 1-6, doi: 10.1109/MEES52427.2021.9598551.

10. Moroz O.V., Zbyranyk O.M., Kovalenko M. P. Analiz suchasnykh instrumentiv marketynhu u prosuvanni produktsiyi biznes seredovyshcha. Visnyk Kremenchuts'koho natsional'noho universytetu imeni

Mykhayla Ostrohrads'koho. Kremenchuk: KrNU, 2021. Вуп. 2 (127). pp. 41–47.

11. Guo, H., Zhang, J., & Liu, Y. (2019). The Impact of Creative Advertising on Consumer Buying Behavior: A Meta-Analysis. *International Journal of Marketing Studies*, 11(2), 116-125.

12. Li, H., & Leckenby, J. (2019). Understanding the Role of Creativity in Advertising: A Systematic Review of Research. *Journal of Advertising Research*, 59(3), 240-256.

Стаття надійшла 09.02.2023