

ЗАДАЧА ОПТИМАЛЬНОГО РОЗПОДІЛУ РЕСУРСІВ В GOOGLE ADWORDS

Кисса О.В., Шкрабій О.Є.

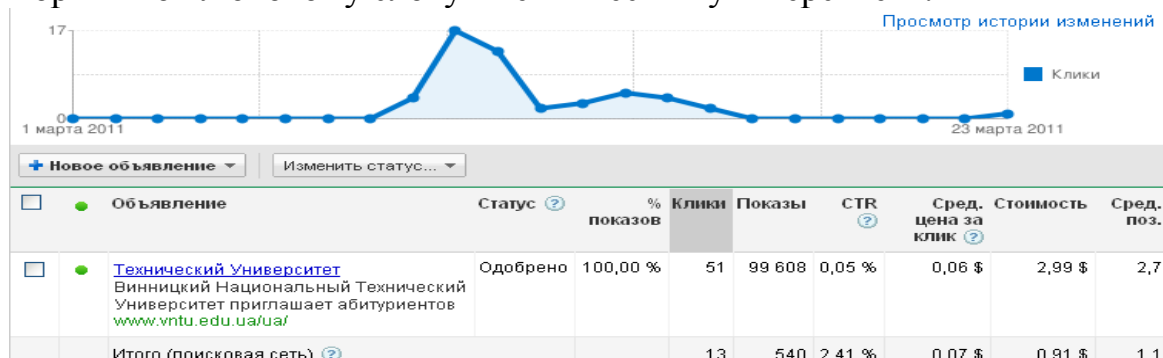
Науковий керівник – доц., д.т.н. Штовба С.Д.

В наш час існує велика кількість засобів поширення реклами: телебачення; радіо; друковані видання; вивіски в магазинах; флаєри; реклама на транспортних засобах; банерна реклама в мережі інтернет. Основними недоліками є те, що вони потребують багато часу на розміщення, не спрямованні на цільову аудиторію і зазвичай мають високу вартість.

Розглянемо докладніше Google AdWords, систему для розміщення контекстної реклами в інтернеті. Основними перевагами Google AdWords є: оперативність; залучення виключно цільової аудиторії; низька вартість розміщення реклами; зручний моніторинг рекламної кампанії.

Основною задачею розміщення реклами в Google AdWords являється вибір ключових слів. В даній системі є спеціальні інструменти, які дозволяють полегшити цю задачу, а саме надають потрібні статистичні дані щодо слів або фраз, які нас цікавлять. До цих статистичних даних відноситься кількість запитів за місяць та рівень конкуренції по певному ключовому слову.

Оптимальне розміщення реклами та вибір ключових слів розглядається як задача про рюкзак. Відповідність між задачами така: маючи певний бюджет потрібно обрати такі ключові слова та ціни за клік, при яких кількість переходів по даній рекламі буде максимальною; обрати ключові слова та ціни за клік, щоб досягти максимальної кількості переходів, використавши мінімум коштів. Дана задача вирішується на прикладі проведення рекламної кампанії серед абітурієнтів за напрямом «Системна інженерія». На рисунку показано моніторинг по ключовому слову «Технический университет».



Задачу можна буде вирішувати, коли буде накопичена необхідна статистична інформація, тобто коли ми будемо бачити ефективність ключових слів, відповідно до якої можна буде змінювати і ціни за клік. Ці дані можна отримати за допомогою моніторингу рекламної кампанії, де можна побачити усі показники якості ключових слів та їхню вартість.