

ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

Бойко Алла Александровна

магистрант, Севастопольского государственного университета, РФ, г. Севастополь

FEATURES OF INTERNET MARKETING

Alla Boyko

The student of a magistracy The Sevastopol State University, Russia, Sevastopol

Аннотация. В настоящее время сеть Интернет является частью жизни всего населения планеты, исходя из этого, для более эффективной работы предприятий необходимо совершенствоваться и адаптироваться к новым способам воздействия на потребителей.

Abstract. Currently, the Internet is part of the life of the entire population of the planet, therefore, for more efficient operation of enterprises, it is necessary to improve and adapt to new ways of influencing consumers.

Ключевые слова: интернет маркетинг, цифровая экономика, инструменты интернет-маркетинга, эффективность, преимущества интернет-маркетинга.

Keywords: Internet marketing, digital economy, Internet marketing tools, efficiency, advantages of Internet marketing.

В настоящее время создать хороший товар, установить цену и обеспечить его доступность потребителям недостаточно для эффективной работы предприятия и развития маркетинга. Стабильность в бизнесе является редким явлением. Внешние условия, под воздействием которых находится любое предприятие, меняются постоянно, поэтому успеха на рынке добиваются компании, которые способны гибко и оперативно реагировать на происходящие изменения.

Основной частью интернет-маркетинга является интернет-реклама. Важным является не сама реклама (ее размер, цвет, анимация, расположение), а где конкретно она застает целевую аудиторию [5, с.134].

Продвижение сайта в интернете – это не только реклама на поиске или в социальной сети. Это намного больше: главная цель – сделать сайт эффективным инструментом продаж, а имя компании – узнаваемым и популярным брендом [4, с. 345].

Основные инструменты интернет-маркетинга:

1. SEO-оптимизация – комплекс действий над сайтом, целью которого является более

высокое ранжирование позиций выдачи сайта в выдаче поисковых систем (Яндекс и Google).

2. e-mail-рассылка – проверенный и эффективный метод интернет-маркетинга, который позволяет установить доверительные отношения между заказчиками и клиентами.
3. Реклама в социальных сетях. Преимуществами является: бесплатное создание сообщества, привычный интерфейс для клиентов, широкие возможности для коммуникаций, никакой дополнительной регистрации, возможность быстрой демонстрации товара [2, с. 104] .
4. Контекстная реклама – разновидность сетевой рекламы, при которой рекламное объявление появляется в соответствии с содержанием (контентом) страницы. Контекстная реклама работает избирательно: её видят посетители страниц, которым потенциально интересны рекламируемые товары [3, с. 201].
5. Баннерная реклама – позволяет рекламировать как конкретное предложение, являясь так называемой товарной рекламой, так и просто какой-либо бренд или компанию (имиджевая реклама).
6. Тизерная реклама. Тизеры – графические или анимационные картинки интригующего либо шокирующего содержания. Тизерная реклама уместна на информационных сайтах. Доверие пользователя к такой рекламе низкое: компании с солидной репутацией вряд ли будут пользоваться тизерами для продвижения своих услуг.
7. Таргетированная реклама в социальных сетях. С помощью соцсетей представители фирм проводят маркетинговые исследования, ищут целевые аудитории, выясняют, какой тип коммерческого контента наиболее интересен для различных возрастных групп.
8. Push-уведомления – представляют собой короткие push-уведомления, которые приходят юзерам на устройства даже при выключенном браузере. Каждое уведомление содержит короткий текст, картинку и ссылку.
9. Реклама в мобильных приложениях (на базе Android и iPhone). Преимущество такой рекламы — ее нельзя заблокировать или убрать.
10. Реклама в видеороликах (на YouTube).
11. Всплывающие Рорир-окна. Это разновидность агрессивной рекламы. Рорир окна появляются при посещении определённых ресурсов и затрудняют человеку просмотр сайта или чтение текста. Чтобы их убрать, пользователь вынужден закрывать окно нажатием кнопки «крестик» или регистрироваться (выполнить целевое действие).
12. Реклама на тематических сайтах (доски объявлений, группы в соц. сетях, форумы и блоги, городские порталы).
13. Арбитраж трафика – это скупка и продажа трафика по более выгодной стоимости. Основные цели интернет-маркетинга: увеличение трафика (посещаемости) сайта, запуск, продвижение и реализация новых услуг и товаров, повышение узнаваемости бренда, улучшение имиджа компании [1, с.172].

Раскрутка фирмы в интернете – самый действенный на сегодня метод увеличения её популярности. Сетевые коммуникации характеризуются своим быстродействием и эффективностью. Интернет-маркетинг в России становится всё более востребованной и актуальной услугой у частных предпринимателей, малых, средних и крупных компаний. Практически все современные коммерческие компании имеют представительство в Интернете. Однако, для увеличения продаж и рост популярности компании (сайта), необходима целенаправленная работа с сайтом, то есть раскрутка, SEO-продвижение и увеличение конверсии.

Список литературы:

1. Андросов Н.Е. Интернет-маркетинг на 100% / Н.Е. Андросов. – СПб.: Питер, 2016. – 240 с.
2. Вирин Ф.А. Интернет-маркетинг / Ф.А. Вирин. – М.: Эксмо, 2017. – 224 с.
3. Хлебников А.А. Информационные технологии / А.А. Хлебников. – М.: КноРус, 2010. – 472 с.
4. Юрасов А.В. Интернет-маркетинг / А.В. Юрасов, А.В. Иванов. – М.: ГЛТ, 2016. – 246 с.

5. Яковлев А.И. Контекстная реклама. Основы. Секреты. Трюки / А. И. Яковлев, А. В. Довжиков. – М.: БХВ-Петербург, 2015. – 248 с.