

СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ, КАК ПРОДВИЖЕНИЕ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Бойко Алла Александровна

магистрант, Севастопольского государственного университета, РФ, г. Севастополь

Modern Marketing: Prospects for Using the Internet

Alla Boyko

Graduate student, 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. At present, the Internet is a part of the life of the entire population of the planet, on the basis of this, for more efficient work 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.

Современный маркетинг требует гораздо большего, чем просто создать хороший товар, назначить на него привлекательную цену и обеспечить его доступность для целевых потребителей. Стабильность в бизнесе – это редкое явление. Внешние условия, под воздействием которых находится любое предприятие, меняются постоянно, поэтому успеха на рынке добиваются компании, которые способны гибко и адекватно реагировать на происходящие изменения. Для стабильного и динамичного развития современной фирмы необходимы подразделения маркетинга, рекламы и PR, которые будут обеспечивать бесперебойность работы в сфере цифровой экономики. Цифровая экономика – это хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа которых по сравнению с традиционными формами хозяйствования позволяют существенно повысить эффективность различных видов производства, технологий, оборудования, хранения, продажи, доставки товаров и услуг. Цифровая экономика – это деятельность, непосредственно связанная с электронной коммерцией, в которую входят: сервисы по предоставлению онлайн услуг, интернет магазины, информационные сайты, зарабатывающие на рекламе и прочие виды деятельности. [3, с. 124].

В 2017-2030 гг. правительство России реализует программу цифровой экономики,

утвержденную президентом В.В. Путиным. Главной целью программы является создание и развитие цифровой среды, что облегчит решение проблем конкурентоспособности и национальной безопасности РФ. Преимущества новой экономики: реализация дистанционной работы; упрощение платежей; свободный рынок; доступность для всех отраслей; высокий уровень производительности; электронный документооборот; снижение себестоимости производства.

В последние годы концепция цифровой экономики начала выходить за рамки коммерческого аспекта покупки и продажи электронных продуктов в Интернете. Сегодня эта идея также включает использование виртуальных процессов в рамках текущей деятельности крупных компаний и корпораций. Также данная концепция внедряется во внутреннюю работу правительств для эффективного выполнения транзакций между предприятиями и ведомствами. По мере того, как технологии продолжают развиваться, цифровая экономика продолжит расширяться, поскольку спектр товаров и услуг, предлагаемых в электронном виде, постоянно растет. Исходя из этого, целесообразно использовать интернет-маркетинг для повышения эффективности работы компании и увеличения доли рынка. Интернет-маркетинг (internet-marketing) — это совокупность приемов в Интернете, направленных на привлечение внимания к товару или услуге, популяризацию этого товара (сайта) в сети и его эффективного продвижения с целью продажи [4, с. 345].

Эффективный маркетинг в Интернете (e-marketing) состоит из следующих компонентов:

1. Продукт (он же товар), реализуется через сетевые ресурсы, должен отличаться качеством или какими-то уникальными свойствами, чтобы конкурировать с другими сайтами и обычными магазинами.
2. Цена, считается, что в интернете цены несколько ниже, чем в обычных магазинах.
3. Продвижение – многоуровневая раскрутка как самого сайта, так и отдельных товаров.
4. Точка продаж – сайт, должен иметь оригинальный дизайн и качественную навигацию.

Так же: целевая аудитория, контент (содержание сайта) и вовлеченность посетителей в маркетинговые процессы.

Основные преимущества современного интернет-маркетинга:

1. Информативность. Потребитель получает максимум необходимой информации об услугах и продуктах.
2. Высокая результативность в сравнении с традиционной рекламой. Обычная реклама в СМИ и на билбордах стоит дорого и не окупает себя. Раскрутка товаров и услуг в интернете работает по принципу: посетитель сам находит такую рекламу, вовлекаясь в процесс в тот момент, когда набирает в строке поиска определенные слова и словосочетания.
3. Большой охват целевой аудитории. Количество потребителей конкретного продукта в Интернете ничем не ограничено: в теории – это все пользователи Интернета, поскольку сделать заказ на приобретение товаров и услуг можно из любой точки планеты [5, с.134].

Во всём мире бизнес постепенно перемещается в интернет-пространство. Всё большее количество людей заказывает покупки через сайты коммерческих компаний и онлайн-магазины. Раскрутка фирмы в интернете – самый действенный на сегодня метод увеличения её популярности. Сетевые коммуникации характеризуются своим быстрым действием и эффективностью: сделать заказ через онлайн-магазин можно в течение пары секунд, а способы доставки товара с каждым годом совершенствуются и ускоряются. 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 в виде полноценного ресурса, блога, страницы. Однако, просто создав сетевой ресурс и даже заполнив его информационным контентом, вы не обеспечите автоматическое увеличение продаж и рост популярности компании (сайта). Необходима более целенаправленная работа с сайтом, предполагающая его раскрутку, SEO-продвижение и увеличение конверсии.

Список литературы:

1. Андросов Н.Е. Интернет-маркетинг на 100% / Н.Е. Андросов. – СПб.: Питер, 2015. – 240 с.
2. Вирин Ф.А. Интернет-маркетинг / Ф.А. Вирин. – М.: Эксмо, 2017. – 224 с.
3. Косолапов А.Б. Информационные технологии в экономике и управлении / А.Б. Косолапов, Т.И. Елисеева. – М.: КноРус, 2015. – 160 с.
4. Хлебников А.А. Информационные технологии / А.А. Хлебников. – М.: КноРус, 2018. – 472 с.
5. Юрасов А.В. Интернет-маркетинг / А.В. Юрасов, А.В. Иванов. – М.: ГЛТ, 2014. – 246 с.
6. Яковлев А.И. Контекстная реклама. Основы. Секреты. Трюки / А. И. Яковлев, А. В. Довжиков. – М.: БХВ-Петербург, 2015. – 248 с.