

ОСОБЕННОСТИ ИНСТРУМЕНТОВ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

Павленко Александра Игоревна

магистрант, Новосибирский государственный университет экономики и управления, РФ, г. Новосибирск

Шадрина Любовь Юрьевна

научный руководитель,

FEATURES OF INTERNET MARKETING TOOLS

Alexandra Pavlenko

Master's student, Novosibirsk State University of Economics and Management, Russia, Novosibirsk

Аннотация. В данной статье были рассмотрены и проанализированы основные инструменты интернет-маркетинга из понятий традиционных маркетинговых инструментов. Так же, в качестве дополнительных инструментов был рассмотрен мобильный маркетинг.

Abstract. this article reviewed and analyzed the main Internet marketing tools from the concepts of traditional marketing tools. Also, mobile marketing was considered as additional tools.

Ключевые слова: Интернет-маркетинг, инструмент, мобильный маркетинг, реклама, комплекс коммуникаций, продвижение товаров и услуг.

Keywords: Internet marketing, tool, mobile marketing, advertising, complex communications, promotion of goods and services.

Вслед за усовершенствованием мобильных и планшетных технологий, а также социальных медиа, маркетинг установил себя в новой и сложной рыночной среде. Интернет стал основной деловой площадкой и наиболее популярным каналом коммуникации, создавая новые правила и новые роли как со стороны спроса, так и со стороны предложения, а интернет-маркетинг и электронная коммерция стали основными профессиями и деловыми навыками во всех отраслях промышленности. По этой причине интересным представляется рассмотрение инструментов Интернет-маркетинга, позволяющих обеспечить эффективное построение бренда и особенностей их применения в системе продвижения организации.

Различные формы инструментов, используемых для Интернет-маркетинга, могут быть полезны на различных этапах цикла привлечения клиентов для любого бизнеса. Причем для разных продуктов (услуг) или их характеристик могут быть выбраны разные инструменты [4].

Преимущества интернет-маркетинга оцениваются потребителями, исходя из трех факторов -

цена, время и прямой контакт. При этом все перечисленные атрибуты необходимо рассматривать совместно. Только одновременное наличие этих факторов подтолкнет потребителя (корпорацию или частное лицо) что-либо приобрести посредством Интернет или воспользоваться соответствующей программой, интернет-проектом и т.д. [2].

Каждый инструмент интернет-маркетинга характеризуется особенностями, связанными с характером размещаемого материала, системой его подачи и решает свои определённые задачи. В числе основных инструментов Интернет-маркетинга правомерно назвать следующие:

Продвижение товаров и услуг с помощью портала или сайта может обеспечиваться посредством включения огромного арсенала инструментов Интернет-маркетинга. В числе основных инструментов Интернет-маркетинга правомерно назвать следующие:

1. *Контекстная реклама.* В широком смысле, это стратегический маркетинговый инструмент, направленный на создание и распространение ценного, актуального и последовательного контента для привлечения и удержания четко определенной аудитории и, в конечном счете с целью налаживания выгодных отношений с клиентами. Компания публикует различный контент на разных веб-сайтах для привлечения целевой аудитории. Обычно компания публикует контент, касающийся нового продукта или бренда. Контент-маркетинг является полезным инструментом для позиционирования имиджа продукта. Для того чтобы сервис размещения рекламы мог сделать выводы о соответствии рекламы тому или иному сайту, нужны ключевые слова. Именно оптимальный подбор таких слов и их сочетаний определяет то, насколько точно будет адресовано сообщения целевой аудитории, а значит, насколько эффективно возможно привлечь потенциальных клиентов с помощью этого канала.

2. *Баннерная реклама.* Здесь речь идет об объявлениях, основанных на визуальном изображении — это может быть, как картинка, так и картинка вместе с текстом и гиперссылкой на нужный ресурс.

3. *Поисковое продвижение.* Один из основных инструментов интернет-маркетинга, который также часто называют поисковой оптимизацией или SEO (англ. search engine optimization), суть его заключается в повышении видимости сайта компании и более эффективного продвижения компании в Интернете. Он использует платные рекламные ссылки (платные за клик платформы - например, Google Adwords) и поисковую оптимизацию (например, Google, Bing, Yahoo) для ускорения посещаемости сайта - в частности, цель состоит в том, чтобы привлечь как можно больше целевых пользователей и увеличить посещаемость сайта и узнаваемость брендов компании. В этом процессе особое внимание следует уделить процессу разработки уникального и привлекательного контента для целевой аудитории.

4. *Email-маркетинг* - это прямой способ личного и индивидуального общения с новыми и старыми клиентами. Он помогает охватить большее количество клиентов и передать широкий спектр сообщений в творческой форме с возможностью получения прямой обратной связи от клиентов и легко измерить его эффективность. Email-маркетинг является экономически эффективным, персонализированным, быстрым, массовым, но целенаправленным, одобренными потребителями, которые, как правило, сознательно регистрируются в списке адресов электронной почты компаний, легко отслеживаются и т.д. Тем не менее, очень важно избегать рассылки спама потребителям с большим количеством информации, которая не имеет отношения к делу, а просто отправляется, чтобы напомнить потребителям о присутствии компании.

5. *Реклама в социальных сетях (SMM).* Один из самых популярных сегодня типов продвижения. Популярные соцсети для размещения рекламы — Facebook, Instagram, «ВКонтакте». Социальный медиа-маркетинг является инновационным инструментом, который организации используют для создания очень прочных связей с клиентами в виртуальных сетях. Платформы социальных сетей состоят из больших и разнообразных сообществ клиентов, которые не так легко доступны и видны в традиционных каналах. Эти группы обладают большой силой в обмене информацией о компании и ее продуктах, выражении личного мнения, оценке своего опыта, который может быть как положительным, так и отрицательным. Сайты социальных сетей помогают улучшить общение со всеми

пользователями, и каждый сайт социальных сетей требует различных подходов, приемов и стратегий маркетинга. Проведение маркетинга через социальные сети заключается не в том, чтобы рассказать свою историю, а в том, чтобы сделать ее более прозрачной и завоевать доверие. Социальные сети предоставляют прекрасную возможность для достижения максимальных результатов при минимальных инвестициях [1].

Мобильный маркетинг - это создание контента или рекламы, которая доступна для просмотра и подходит для мобильного устройства. Под этим подразумевается любая маркетинговая деятельность, осуществляемая через вездесущую сеть, к которой потребители постоянно подключены с помощью персонального мобильного устройства. Мобильный маркетинг стал в последние несколько лет деловой необходимостью, учитывая, что степень мобильной вовлеченности потребителей настолько велика, что ее нельзя игнорировать ни одним предприятием, и подразумевая, что весь маркетинг сначала должен быть оптимизирован для мобильных устройств. Смартфоны - это устройства, которые всегда находятся "в кармане" своих пользователей, с постоянным подключением к Интернету, поэтому возможность мобильного маркетинга предоставляет компании создание полностью персонализированной информации для клиентов, в зависимости от их местонахождения, времени, деятельности и других данных о человеке, которые можно отследить с помощью мобильного устройства и установленного на нем приложения.

Интернет-маркетинг растет с каждым днем и его инструменты занимают важное место в системе продвижения любой организации или бизнеса. Маркетинг является жизненно важной частью любой компании, через несколько лет вся деятельность по маркетингу будет проводиться при помощи интернет технологий. Инструменты интернет-маркетинга позволяют подключить клиентов в любое время из любой точки мира и являются более гибкими и удобными, чем традиционные маркетинговые инструменты.

Список литературы:

1. Инструменты интернет-маркетинга: [Электронный ресурс]. URL: https://www.comagic.ru/blog/posts/jul/marketing_tools_2/ (дата обращения: 04.02.2019).
2. Кензина Ц. З., Манджиев Б. А. Интернет-маркетинг как инструмент развития предприятия // Молодой ученый. — 2016. — №27.2. — С. 17-18.
3. Китаева Е.О. Интернет-маркетинг – инструмент бизнес-пространства Интернета // Вестник МГУП. – 2017. – №2. – С. 66.
4. Котляров И. Д. Комплекс интернет-маркетинга / И.Д. Котляров, 2014. № 5. – с. 288- 294
5. Прохорова А.М. Основные понятия и инструменты интернет-маркетинга//Наука и современность. 2016. № 46. С. 114-118.