

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ

Шенгелия Я.

Научный руководитель – ас. каф. «Маркетинга», канд. экон. наук Златова И.А.

Интернет-маркетинг, как само понятие, возникло приблизительно в начале 90-х годов прошлого века на волне активного распространения сети Интернет в мире. Именно на этот период приходится появление первых сайтов, на которых компании и фирмы стали размещать информацию о собственной продукции. На сегодняшний день интернет-маркетингом называют нечто большее, чем просто способ продажи продуктов и информации путем Всемирной паутины. Интернет-маркетинг сегодня — это основа современного бизнеса, которая позволяет каждому предпринимателю охватить максимальный объем целевой аудитории, сделать Интернет собственным инструментом продаж.

Основными элементами онлайн-маркетинга названы:

- медийная реклама;
- контекстная реклама;
- поисковый маркетинг в целом и SEO в частности;
- SMO и SMM;
- прямой маркетинг с использованием email, RSS и т.п.;
- вирусный маркетинг;
- партизанский маркетинг.

Медийная реклама.

Медийная реклама в сети Интернет представлена в виде баннеров, размеры которых могут отличаться. Достаточно часто медийную рекламу размещают во всевозможных тематических зонах, на сайтах новостей, в выдаче результатов поисковых систем.

Контекстная реклама (PRcomm оказывает услуги по бесплатной настройке и сопровождению в Яндекс.Директ и GoogleAdWords)

Контекстная реклама представляет собой один из способов размещения рекламной информации по типу соответствия контексту на том или ином Интернет-ресурсе или отдельных его страницах. В основном информация предоставляется в виде текста или графики, но может презентоваться и в качестве объявления или рекламного баннера.

Поисковый маркетинг и SEO-технологии (подробнее с тарифами на продвижение сайта можно ознакомиться здесь)

Поисковый маркетинг представляет собой целый комплекс мероприятий, который позволяет увеличить посещаемость Интернет-ресурса его целевой аудиторией, благодаря использованию схем работы поисковых систем. Методов поискового маркетинга достаточно много: это и прямое привлечение целевого посетителя на сайт, и увеличение релевантности самого сайта в системах поиска и, соответственно, рост его посещаемости.

SMO и SMM (продвижение в социальных сетях более подробно описано в специальном разделе нашего сайта)

SMM — социальный медиа маркетинг - также является инструментом по привлечению посетителей, работа которого ведется в социальных сетях, различных Интернет-сообществах, форумах, блогосфере и т.д. SMM принято считать одним из не совсем стандартных способов продвижения, который, тем не менее, ввиду высокой популярности сообществ и соц. сетей, безусловно, является одним из самых перспективных. Именно на SMM обращают внимание компании, занимающиеся торговлей мировых брендов, поскольку такой вид маркетинга позволяет напрямую взаимодействовать с потребительской аудиторией.

Прямой маркетинг с использованием e-mail, RSS

Под прямым маркетингом принято называть один из типов маркетинговой коммуникации, направленный на персональное общение с клиентами и потенциальной аудиторией. Вряд ли для кого-то окажется тайной, что именно правильное построение взаимоотношений с клиентами позволяет удерживать их, побуждает их оставаться приверженцем того или иного продукта, пользоваться услугами определенной компании.

Вирусный маркетинг

Именно так принято в общем называть различные методы распространения рекламной информации в массах, которые характеризуются высокой скоростью. Особенность вирусного маркетинга состоит в том, что распространителями вашей информации являются те, кому вы ее направляете. Естественно, задачей вирусного маркетинга будет создание такой рекламы, которая бы побудила ее передавать. Это может быть определенная яркость или креатив рекламы, ее необычность, запоминаемость.

Партизанский маркетинг

Достаточно часто партизанский Интернет-маркетинг принимается во внимание в том случае, если бюджет рекламной кампании не позволяет обратиться к другим способам рекламы. Партизанский маркетинг может вообще не требовать финансовых затрат или же предполагать их в минимальном количестве.

Комплексный интернет-маркетинг — это реальный способ донести до потребителя четко, ясно и лаконично информацию, которая нуждается в распространении. Практика современного Интернет-маркетинга и многочисленные исследования свидетельствуют о том, что применение методов Интернет-маркетинга позволяет существенно расширить деятельность компаний, вывести бизнес из локального рынка на более широкое пространство. Выгода использования средств онлайн-маркетинга заключается и в том, что в Интернете конкуренция и конкурентоспособность строится на несколько иных принципах, нежели показатель величины компании.

История успеха или "на что способен интернет-маркетинг".

Российская практика Интернет-маркетинга не так давно вступила в фазу своего активного развития. Сегодня большое количество бизнесменов, предпринимателей, да, и просто активных пользователей сети Интернет в России обращают внимание на один из самых эффективных средств рекламы и продвижения. Существует достаточное количество успешных примеров такого продвижения.

За интернет-маркетингом — настоящее и будущее современного бизнеса.