

ОСНОВИ ТА СПЕЦИФІКА ІНТЕРНЕТ–МАРКЕТИНГУ

Л.А. Некрасова, к.е.н., доцент

О.О. Черненко

Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса

На сьогоднішній день кожна велика компанія, торгова фірма і виробниче підприємство мають інтернет сторінку (сайт). Це пов'язано з постійним збільшенням числа користувачів інтернету на 25–30%, таким чином велика кількість потенційних клієнтів і перспективних партнерів може отримати необхідну інформацію про компанію, не виходячи з дому. При цьому більш грамотні гравці на ринку інтернет–маркетингу просувають свій сайт на провідні позиції в пошукових системах, адаптують його для отримання оптимальної віддачі.

Інтернет–маркетинг – це комплекс заходів по просуванню і продажу на ринку товарів і послуг за допомогою мережових технологій Інтернет. Для просування товарів і послуг в Інтернеті необхідно мати свій Web–сайт, на якому повинна бути представлена різна інформація про товари чи послуги і засоби, за допомогою яких споживач може розмістити і сплатити замовлення. [4]

Основні функції маркетингу: вивчення попиту, ціноутворення, реклами, стимулювання збуту, збуту, планування асортименту і т.д. Основним напрямком Інтернет–маркетингу є просування сайту в пошукових системах. [2]

Суб'єктом маркетингової діяльності на електронному ринку виступає, як і в класичному маркетингу, діяльність конкретного власника, компанії по цілеспрямованому регулюванню діяльності фірми, що виробляють за певною технологією з використанням системи методів аналізу і обробки цифрової інформації електронного ринку для досягнення поставлених цілей.

Об'єктом маркетингової діяльності на електронному ринку виступає інформаційно–аналітична та експертно–дослідницька діяльність фірми, з використанням мережових інформаційних систем і технологій: по вибору конкурентної позиції на даному ринку, де компанія виступає зі своїм товаром; визначенню стратегій його просування і розподілу, вибору рекламної та цінової політики з урахуванням всієї сукупності факторів зовнішнього і внутрішнього середовища в умовах ризику і невизначеності. [3]

Цілі бізнесу – досягти обсягу продажів в X млн. грн. / міс., а цілі бізнесу в інтернеті – досягти обсягу продажів через сайт в X млн. грн. / міс.

Комплекс інтернет–маркетингу той же, що і комплекс маркетингу в цілому, але має свої особливості.

Товар (Product) – продукт, який продається через мережу Інтернет. Це може бути як фізичний, так і електронний (цифровий) товар, а також будь–які послуги. Товари та послуги повинні бути хорошої якості через жорстку конкуренцію, як в мережі, так і в офлайн.

Ціна (Price) – ціна в інтернет–магазинах зазвичай нижче, ніж в звичайних за рахунок відсутності великого штату співробітників і оренди торгових площ. Проте, необхідно постійно контролювати ціни і регулярно порівнювати їх з конкурентами.

Точка продажу (Place) – сайт з виставленими товарами, формами зворотного зв'язку, замовлення та оплати. Велику роль відіграє юзабіліті сайту, графічний дизайн, швидкість завантаження, робота з електронними платіжними системами, умови доставки, робота з клієнтами.

Просування (Promotion) – заходи з просування сайту і представлених на ньому товарів в мережі. Існує цілий комплекс інструментів і методик просування в мережі: пошукова оптимізація, контекстна, банерна, інтерактивна реклама, просування в соціальних мережах, e–mail маркетинг і т.д. [5]

Саме просування сайту в пошукових системах є необхідною умовою для досягнення ефективної взаємодії з цільовою аудиторією або клієнтами, так як пошукові системи і тематичні каталоги є основними каналами, по яких цільові відвідувачі потрапляють на сайт.

Розкрутка сайту – це: реєстрація сайту в пошукових системах і спеціалізованих каталогах, обмін посиланнями, розміщення платних посилань на популярних Web–серверах з метою підвищення авторитетності ресурсу, вказівка адреси електронної пошти та адреси Web–сайту у всіх рекламних оголошеннях.

Розкручуванням сайту займаються SMM–менеджери і SEO–фахівці.

Social Media Marketing (SMM) – процес залучення трафіку або уваги до бренду або продукту через соціальні платформи. Це комплекс заходів щодо використання соціальних медіа в якості каналів для просування компаній і вирішення інших бізнес–завдань.

Основні завдання SMM:

1. Управління думками споживачів про товар / послугу і бренд.

2. Управління рекомендаціями цільової аудиторії.
3. Формування позитивного образу компанії. У деяких випадках навіть створення імені (бренду) з нуля.
4. Підвищення знань споживачів про продукт.
5. Створення довірчих відносин з цільовою аудиторією.
6. Просування бренду. У деяких випадках SEO просування сайту.
7. Коригування небажаних вражень і відгуків цільової аудиторії, якщо ви (компанія) встигли їх заслужити. [6]

Оптимізація сайту під пошукові системи – це: оптимізація структури сайту, підбір ключових слів, внесення ключових слів в текст і заголовки сайту.

Найважливішою складовою просування сайту є його *SEO-оптимізація*. SEO – комплекс заходів щодо внутрішньої і зовнішньої оптимізації, для підняття позицій сайту в результатах видачі пошукових систем по певних запитах користувачів, з метою збільшення мережевого трафіку (для інформаційних ресурсів) і потенційних клієнтів (для комерційних ресурсів) і подальшої монетизації (отримання доходу) цього трафіку.

Слід розрізняти мережевий трафік і трафік на сайті.

Мережевий трафік – обсяг інформації, що передається через комп'ютерну мережу за певний період часу. Кількість трафіку вимірюється як в пакетах, так і в бітах, байтах і їх похідних: кілобайт (КБ), мегабайт (МБ) і т. Д.

Трафік в контексті пошукової оптимізації означає кількість відвідувачів сайту. Досягнення великих значень трафіку є найпершим завданням оптимізатора. Це глобальна мета.

Виникає питання: як виміряти трафік? Для цього існують такі показники. Охоплення – визначає скільки унікальних відвідувачів побачило ваше оголошення, банер, результат в пошуковій видачі. Клікабельність – співвідношення кількості показів посилання і кількості натискань на неї.

Якщо посилання клікабельна, при монетизації людина побачить рекламу більшу кількість разів і відповідно – прибуток зросте. [1]

Кілька слів про рекламу.

Інтернет-реклама сайту – це комплекс послуг, спрямованих як на активне залучення аудиторії на сайт, так і на формування позитивного іміджу компанії.

До Інтернет-реклами відносяться:

- банерна реклама (цільова і іміджева);
- контекстна реклама (наприклад, реклама від Google, реклама на Бігуні, Яндекс.Директ).

Контекстна реклама – вид пошукової реклами, за допомогою якої відвідувачі потрапляють на сайт з рекламних оголошень, проплачених на тому чи іншому ресурсі. Найбільш популярні системи контекстної реклами в Рунеті – «Яндекс.Директ», «Google AdWords» і «Begun».

Банерна реклама – це розміщення на сайтах банера (зображення рекламного характеру) з посиланням на свій сайт. Особливість банерної реклами в Інтернет робить рівними як великі, так і середні фірми. Розміщення банерної реклами – це також й один з найбільш простих і ефективних способів монетизації сайту. [5]

Висновки: Інтернет-маркетинг дозволяє глибоко і всебічно вивчити ринок і виробити стратегію щодо виведення свого бізнесу. Поряд з доступністю в порівнянні з класичним маркетингом, інтернет-маркетинг приніс радикальні зміни в просування товару або послуг в Інтернеті. Це дозволяє підприємцям отримати більш високу рентабельність інвестицій.

Література:

1. Ашманов И., Иванов А. Оптимизация и продвижение сайта в поисковых системах / Ашманов И., Иванов А. – Санкт-Петербург: Питер, 2011. – 464 с.
2. Байков В. Д. Интернет: поиск информации и продвижение сайтов / Байков В. Д. – СПб: "БВХ – Санкт-Петербург", 2000. – 288 с.
3. Информационные технологии в маркетинге: Учебник для вузов/Г А. Титоренко, ГЛ. Макарова, Д.М. Дайитбегов и др.; Под ред. проф. ГА Титоренко –М.; ЮНИТИ–ДАНА, 2000. – 335 с.
4. Матвеев А. В. Интернет – маркетинг / А. В. Матвеев. Режим доступа: <http://www.proweb.ru/articles/oglavlenie/glava1/i-marketing>
5. Пирко И. Ф. Интернет-маркетинг: специфика в деятельности современных фирм // Молодой ученый. — 2014. — №20. — С. 375–379.
6. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях / Дамир Халилов – 2-е изд.–М: Манн, Иванов Фербер, 2014. –240 с.