

*Фурманова А. О., студентка,
Київський національний лінгвістичний університет*

РОЛЬ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Одним із найперспективніших напрямків розвитку в сфері маркетингу в Україні наразі є саме інтернет-маркетинг. Використання його методик та інструментів дає змогу підприємствам досягти поставлених цілей та успішно просувати свої послуги. Але, на жаль, доволі велика кількість підприємств не використовують можливості інтернет-маркетингу на повну.

Інтернет-маркетинг — це комплекс заходів, які дозволяють досліджувати й аналізувати потенційних покупців і специфічні ринки, проведення розподільної та комунікативної політики з використання сучасних інтернет-технологій. Простіше кажучи, це метод просування послуг, товарів та сервісів у мережі Інтернет.

Можна виділити такі інструменти Інтернет-маркетингу: пошукова оптимізація (просування); контекстна реклама; медіа реклама; банерна реклама; інтерактивна реклама; email-маркетинг; віртуальний маркетинг; прихований маркетинг; сайт компанії; маркетинг співтовариств і маркетинг у соціальних медіа; пошуковий маркетинг та інші. До найуживаніших технологій у мережі Інтернет можна віднести наступні: офіційний сайт; розміщення банерів; SMM; SEO; контекстна реклама; онлайн-конференції; розкрутка сайту у пошукових системах.

Серед головних його переваг можна виділити:

- Порівняно доступна вартість;
- Інтерактивність реклами (клікабельні кнопки та посилання, банери – це все можна використовувати в цьому виді рекламного просування, що робить його більш інтерактивним та цікавим для клієнтів);
- Зручність та якість контакту з аудиторією (так як реклама в інтернет-мережі завжди ґрунтується на інтересах споживачів, є велика ймовірність, що реклама точно потрапить на потенційного користувача);
- Великі охоплення великої аудиторії;
- Високоточний таргетинг (тобто рекламодавець може точно налаштувати рекламу для конкретної аудиторії, виділивши конкретно демографічні, соціальні, географічні та інші ознаки...);

Якщо говорити про те, яку впливає використання інструментів інтернет-маркетингу на діяльність та результативність підприємств, то варто розглянути на прикладі кожного з інструментів це окремо.

- Пошукова оптимізація (SEO): SEO вже не перший рік залишається одним з основних інструментів просування. Головним плюсом даного інструменту є пролонгований у часі результат. Якщо сайт виходить на перші місця в пошуку, він може надовго закріпитися тут і стабільно залучати трафік, особливо якщо продовжувати оптимізувати та своєчасно адаптувати вебресурс під оновлення пошукових алгоритмів.

- Контекстна реклама: це оголошення в результатах пошукової видачі, яку бачить користувач після введення свого запиту. Перевагами тут є точність інформації та її релевантність, адже ми маємо конкретний запит і на основі нього видається потрібний результат. Явними перевагами SEO-оптимізації є те, що близько 80% всього рекламного ринку є активними користувачами інтернету, а також те, що ця реклама починає діяти відразу після її запуску та проходження модерації.

- Маркетинг в соціальних мережах (SMM): за допомогою цього методу є можливість охопити величезну базу користувачів, адже сьогодні соцмережами користується практично вся платоспроможна аудиторія. А таргетинг дозволяє показувати рекламу саме тим людям, які підпадають під задані параметри. При цьому налаштування та запуск рекламної кампанії у Facebook, Instagram та інших популярних соцмережах — порівняно нескладні процеси, з якими за бажанням можна розібратися самостійно.

- Контент-маркетинг: цей інструмент є частиною і з SMM, і з SEO, адже цікавий та унікальний контент. За допомогою тексту, банерів, інфографік та відео можна легко та якісно донести інформацію до цільової аудиторії, але також показати свою експертність та проінформувати про якісь унікальні пропозиції.

- Email-маркетинг: існує думка, що це вже дуже застарілий метод. Але дарма він такий знецінений. За допомогою цього методу можна: інформувати клієнтів про знижки, спеціальні пропозиції, оновлення і так далі...

Як результат, використовуючи інструменти інтернет-маркетингу підприємства зможуть досягнути поставленої мети правильно підібравши підхід та визначивши конкретні цілі.

Список використаних джерел:

1. Wezom «Що таке інтернет-маркетинг?» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://wezom.com.ua/ua/blog/chto-takoe-internet-marketing>

2. Інтернет-маркетинг: з чого почати. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.adme.ru/articles/internet-marketing-s-chego-nachat-oni-92632>
3. Крайнюченко О.Ф., Полтавцев В.О. «Використання оптимальної системи інтернет-маркетингу в діяльності підприємства». [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/4368/4295>