

Задерная Д. И.

*Студент – магистр
кафедри «Менеджмент и маркетинг на морском транспорте»
Одесского национального морского университета,
г. Одесса, Украина*

ИНТЕРНЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГА

Аннотация: рассмотрены особенности и преимущества различных интернет технологий при продвижение товаров на рынке. Интернет-технологии просты в использовании, а стоимость коммуникаций для агентов относительно невысока, поэтому развитие интернет-маркетинга происходит быстрыми темпами.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, конкурентоспособность, интренет-реклама, электронный рекламные блоки, сервисы, информационные технологии, мультимедиа-технологии.

Постановка проблемы. Технологии интернет-маркетинга приобретают все более важное значение при проведении комплексного исследования рынка и разработки стратегии позиционирования компаний в посткризисной экономике. Одна из активно используемых стратегий маркетинговой политики компании - стратегия прямого маркетинга. Интернет является новейшим каналом прямого маркетинга и в этой роли он не менее, а иногда и более эффективен традиционных средств. Интернет является новейшим каналом прямого маркетинга и в этой роли он не менее, а иногда и более эффективен традиционных средств.

Задача исследования – установление важности эффективного использования современных интернет технологий при продвижение товаров на рынке.

Изложение основного материала. Рассматривая преимущества и недостатки традиционных рекламных носителей можно заметить, что

Интернет в этом качестве обладает большинством преимуществ традиционных средств рекламы и избавлен от многих недостатков последних. Рассмотрим 10 основных инструментов интернет-маркетинга.

1) Продвижение в профессиональных сообществах

Вариантов продвижения в сообществе несколько. Во-первых, можно купить баннерную рекламу, если этого требует продукт. Второй способ – создание своего аккаунта в сообществе. Наконец, третий вариант – это сотрудничество с опытными и популярными членами сообщества. [4]

2) Продвижение в социальных сетях. Сетей таких много, но наиболее интересна для нас сеть ВКонтакте. Продвижение в ней может идти различными путями:

А) Создание своей тематической группы и ее последующее продвижение.

Б) События. Еще в сети «ВКонтакте» есть такое понятие, как различные события, на которые можно приглашать друзей и обычных участников сети.

В) Виртуальные персонажи. В продвижении групп и событий можно использовать настоящих виртуальных персонажей. [4]

3) Продвижение в блогах. Для небольшого быстрого анонса вполне подойдет даже платный пост. Особенно, если это анонс какой-нибудь промо-акции, конкурса или брендированной игры. [4]

Если же работать с блогосферой более серьезно, то тут можно пойти разными путями:

А) Сотрудничество с блоггерами.

Б) Корпоративный блог

В) Получение трафика.

4) Закладки.

В рунете достаточно много закладочных сервисов. Любой зарегистрированный пользователь может размещать на них свои произвольные ссылки.

5) Статейный маркетинг

Здесь все просто и понятно. Вы пишете статью для какого-то сайта, или даете ему интервью. При этом тот ссылается на вашу компанию или продукт. Естественно, что нужно правильно выбирать тему статьи и интернет-издание, чтобы добиться максимального эффекта. [4]

6) Q&A-сервисы

Сервисы вопросов и ответов достаточно популярны в России. При этом пальму первенства среди них держит такой гигант, как компания Mail.ru. Суть заключается в том, что любой человек может задать в подобном сервисе свой вопрос, и такие же его участники дадут ему ответ.

7) Подкасты

Реклама в подкастах и ведение своего подкаста – это достаточно действенный метод продвижения, обладающий большой перспективой. Если говорить о самом рынке рекламы в подкастах, то он наиболее развит в США [4].

Подкасты как и блоги являются одним из лучших инструментов для нишевого маркетинга.

8) Проведение в интернете различных конкурсов, тестов, игр

Данный способ является, пожалуй, самым лучшим, чтобы о вас узнала вся блогосфера. Если, конечно, конкурс/тест/игра заслуживают внимания.

9) Фотожабы, видео

Потоковое видео или фотожабы – это лучшие кандидаты на звания самых простых в распространении вирусов. Я думаю, что какие-то комментарии здесь излишни.

Первые представляют собой забавные фотографии, которые пользователь сможет разместить у себя на сайте, а второе могут быть разной направленности: развлекательное, вирусное, и даже какое-то профессиональное, например, видеоурок.

10) Форумы

Старый способ продвижения. Создание виртуальных персонажей на форумах. Есть здесь только один момент, который стоит учитывать. Чтобы иметь хоть какой-то влияние на форуме, сначала нужно стать его заметным участником.[4]

Выводы: Планируя маркетинговую кампанию в Интернете, следует учитывать определённые ограничения. Одна из наиболее серьезных особенностей Интернета - это ограниченное количество пользователей. Эта особенность может стать ограничением в маркетинговой кампании общедоступных потребительских продуктов, потенциальная аудитория которых исчисляется десятками миллионов. В этом случае наиболее эффективно использовать традиционные маркетинговые/рекламные средства, такие, как популярные газеты, журналы и телевидение. С другой стороны, эта особенность может стать источником существенной экономии средств при достижении необходимой вам целевой аудитории

Список литературы:

1. *Бокарев Т. Количественный и качественный состав аудитории Интернета, тенденции развития и их значение для рекламодателя.// Материалы конференции "Internet-маркетинг-98".*
2. *Ченцов В.И., Успенский И.В. Интернет как эффективное средство маркетинговых коммуникаций.// <http://www.marketing.spb.ru/read/article/catalog/5read.htm>*

Научный руководитель: к.э.н, доц. Москвиченко И.М.

