

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ

Студ. Шнітко Є.С.

Наук. керівник, к.е.н., доц. Євсейцева О.С.

Київський національний університет технологій та дизайну

Інтернет став невід'ємною частиною для всіх сторін ринку. Інтернет-маркетинг став новим способом виходу на ринок. Він відкрив нову форму засобів масової інформації, на якій можна було продавати товари та послуги. Інтернет-маркетинг включає в себе декілька напрямків: SEO; PPC; SMM; E-mail маркетинг; контент-маркетинг:

- SEO дозволяє створити веб-сайт, розроблений для того, щоб добре оцінювати пошукові системи, допомагаючи людям швидко знайти рекламоване підприємство. Щоб добре класифікувати місце, потрібно провести широке дослідження ключових слів і дізнатися, як написати великий вміст, орієнтований на ці ключові слова.
- PPC маркетинг є платною рекламою, де маркетологи створюють оголошення, пропонують показати його цільовій аудиторії, а потім заплатити за результати. Залежно від платформи та їхньої оптимізації, вони можуть платити за кліки, конверсії, вжиті дії або покази.
- SMM (Маркетинг у соціальних мережах) включає в себе, як звичайний маркетинг, так і платну рекламу за допомогою власних програм рекламних оголошень для платформи соціальних медіа. Основні цілі маркетингових кампаній у соціальних мережах часто полягають у підвищенні поінформованості про бренд та підтримці відносин з клієнтами, збереження бренда на передньому плані.
- E-mail маркетинг стимулює продажі за допомогою електронної пошти з клієнтами. Як і соціальні медіа, метою є нагадати користувачам присутність рекламованого підприємства і продукту. Однак, на відміну від соціальних медіа, тут можна вести себе більш агресивно у своїх методах продажу, оскільки люди очікують, що електронний маркетинг буде містити пропозиції, оголошення про продукти та заклики до дії.
- Контент-маркетинг - це використання вмісту, опублікованого в Інтернеті, для залучення потенційних клієнтів та створення довіри шляхом надання цінності. Це може включати створення: публікації в блозі, гостьові повідомлення, які пишуться для інших сайтів. Значення контент-маркетингу для організації в кінцевому рахунку завжди перетворюється на вплив на загальну рентабельність інвестицій.

Для вимірювання результатів ефективності інтернет - маркетингу є безкоштовні інструменти, які можна використовувати, незалежно від того, які платформи будуть вибрані. До них відноситься Google Analytics, який допомагає відстежувати, які канали надсилають трафік сайту, хто відвідує ваш сайт, як вони взаємодіють з ним, і що заохочує їх конвертувати. Можна швидко побачити результати маркетингових зусиль, це полягає в тому, що маркетинг дуже складний, він генерує довгострокові результати та напрямки, але це потребує часу. Підприємства конкурують у все більш переповненому та гучному ринку. Чим краще буде з'єднання зі своїм ідеальним ринком і розвивати відносини з ним, тим краще будуть результати.

Бізнес все стрімкіше йде в онлайн - це ефективно, вигідно і це менш витратний спосіб залучення нових клієнтів і утримання старих. На сьогоднішній день актуальність інтернет-маркетингу для підприємців полягає в можливості отримання хорошого вхідного потоку клієнтів з мінімальними вкладеннями, а також в тому, що при якісному використанні інструментів інтернет - маркетингу можливо постійно залишатися на зв'язку з клієнтом, аналізувати поведінку і моментально реагувати на будь-які зміни в потребах клієнтів. А це безсумнівно є одним з найважливіших переваг інтернет-маркетингу.