

Комісарова Ю. А.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ

Інтернет революціонізував всі аспекти життя, включаючи економіку і маркетинг. Основними перевагами Інтернету є його ефект розширення прав і можливостей, усунення географічних бар'єрів, цілодобова доступність, економічна ефективність, відстеження та персоналізація.

Як окремий напрямок інтернет-маркетинг відокремився в 90-х роках ХХ століття. Сьогодні він широко поширений і використовується багатьма компаніями. Основними елементами інтернет-маркетингу є ціна, збут, реклама і товар. Реклама і канали збуту грають важливу роль, послуги і всілякі товари просуваються за допомогою digital, а замість офісів в ролі місця продажів виступають сайти.

Найбільш поширеними й ефективними сучасними методами і прийомами інтернет-маркетингу є: директ-маркетинг (Е-mail-розсилка); SEO як метод інтернет-маркетингу; вірусний маркетинг; контекстна реклама; методи мобільного та SMM-просування.

Маркетинг у соціальних мережах – один з найбільш ефективних методів інтернет-маркетингу, здатних залучити цільову аудиторію для подальшого продажу товарів і послуг. Соціальні медіа дають компаніям і бізнесменам широкі можливості:

- у соціальній мережі можна безкоштовно створити офіційну групу бренду;
- всі інтернет-користувачі використовують звичний інтерфейс, що полегшує отримання зворотного зв'язку від цільової аудиторії, допомагає швидше і простіше продемонструвати свої товари, послуги, досягнення, кейси, розцінки і т. д.;
- через соціальні мережі можна консультувати користувачів в онлайн-режимі, швидко відповідати на питання в обговореннях. з'ясовувати переваги клієнтів через опитування (маркетингові дослідження);

- функціонал деяких соцмереж дозволяє завантажувати продукти з цінами.

Тобто ви можете абсолютно безкоштовно створити інтернет-магазин;

- ефективний спосіб залучення нових клієнтів і учасників групи – акції та розіграші призів за конкретні дії.

Також можна використовувати таргетовану рекламу, тобто рекламу в форматі оголошень, яку бачить виключно цільова аудиторія, якій цікавий той чи інший товар або послуга.

За допомогою коментарів і відгуків, викликаючи у інтернет-користувачів довіру, можна серйозно впливати на аудиторію. Використання крауд-маркетингу не тільки робить бренд більш впізнаваним, а й допомагає сформувати його позитивний образ, забезпечує лояльність аудиторії. Саме по крауд-посиланнях фіксується максимальне число цільових переходів.

Блог – прекрасний спосіб розповісти людям, які послуги ви надаєте і які продаєте продукти. Крім того, блог – гарний майданчик для взаємодії з блогерами. А коментування інших блогів із суміжною тематикою допомагає підвищити популярність.

За допомогою арбітражу трафіку (оплачуване перенаправлення відвідувачів з одного сайту на інший) і інтернет-реклами можна залучати на сайт виключно цільову аудиторію. Завдяки цьому маркетинговий бюджет буде розподілятися з більшою користю. В рамках даного методу інтернет-маркетингу використовують партнерські програми, головна мета яких не отримання максимального числа кліків і переглядів, а мотивація користувача до вчинення потрібної дії. Арбітраж трафіку включає в себе всі існуючі методи інтернет-маркетингу: контекстну рекламу, банерну рекламу, таргетингової рекламу, рекламу через партнерські або тизерну мережі.

Інтернет-маркетинг має ряд переваг, що дозволяють йому зайняти лідируючу позицію серед інших інструментів маркетингу:

- економія бюджету підприємства – не вимагає значних капіталовкладень в канал комунікацій, а ефективність його використання багато в чому залежить від чіткого розуміння існуючих можливостей;

- зручність отримання інформації та використання (потенційний клієнт може отримати повне уявлення про продукт, відвідавши офіційний сайт);
- інтерактивність – можливість спілкування та обговорення, прямого впливу на клієнта;
- інформація постійно оновлюється, завжди актуальна, миттєво надходить в усі куточки країни, люди самі проявляють інтерес до неї;
- використання таргетованої реклами в інтернеті дає можливість просувати послуги і рекламувати товари тільки для зацікавлених осіб;
- можливість отримати детальну статистику по клієнтах і постклік-аналіз, що дозволяє оцінити ефективність рекламної компанії.

Отже, Інтернет-маркетинг забезпечує найбільш точне попадання в цільову аудиторію – жителів великих міст, економічно активних і здатних забезпечити собі і своїй родині дохід, достатній для реалізації рівня споживання, який, власне, і цікавить рекламодавців різних споживчих ринків.

Однак впровадження Інтернет-маркетингу пов'язано з такими недоліками, як проблема цілісності, відсутність особистого контакту, безпека і конфіденційність, відсутність довіри. Якщо ці проблеми Інтернету не були взяті до уваги, переваги інтернет-маркетингу не можна використати в повній мірі.

Список використаних джерел:

1. Торгівля та біржова діяльність в Україні: проблеми і стратегії розвитку: колект. моногр. / за заг. ред. Т. В. Гринько. – Дніпро : Біла К.О., 2018. – 400 с.
2. Тімар І. В. Маркетингова комунікаційна діяльність в мережі Інтернет / І. В. Тімар, Р. А. Мирошник // Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: зб. наук. праць Міжнар. наук-практ. Конф., 19-20 квіт. 2018 р.: у 8 т. – Т. 7. Інноваційні технології фінансового менеджменту суб'єктів господарювання. Управління якістю як механізм економічного зростання регіону та країни. – Дніпро: Біла К.О. – 2018. – С. 95 – 97.
3. Тімар І. В. Використання крауд-технологій у маркетинговій діяльності суб'єктів малого бізнесу в Україні / І. В. Тімар// Proceedings of XV International scientific conference “Millennium science”. – Morrisville, Lulu Press. – 2018. – С. 79–81.