

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ КАК ЭФФЕКТИВНОЕ СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ

Тавлуй Д.В., магистрант, e-mail: dmitriy.tavluy@gmail.com

2021

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники

Ключевые слова: SEO, SMM, контент-маркетинг, реклама, рассылка, пользователь.

Аннотация: В статье рассматривается интернет-маркетинг как эффективное средство продвижения, его основные методы, описание, преимущества.

Развитие информационных технологий, появление и бурный рост электронной коммерции стали основой для появления нового направления в современной концепции маркетинга взаимодействия – интернет-маркетинг.

Интернет-маркетинг – это практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в интернете, затрагивающая основные элементы маркетинг-микса: цена, продукт, место продаж и продвижение. Сегодня все инструменты маркетинга в сети объединяют, чтобы привести рекламодателя к запланированным целям: найти и привлечь пользователей, повысить узнаваемость бренда, увеличить продажи [1].

Преимущества, которые дает Интернет-маркетинг по сравнению с оффлайн средствами, это использование возможностей глобализации рынка для широчайшего охвата целевой аудитории, возможность организации работы по взаимодействию с каждым клиентом и персонализация этого процесса, снижение транзакционных расходов благодаря своей доступности и всеобщности [2].

Интернет-маркетинг имеет ряд инструментов, основными являются реклама, SEO, SMM, управление репутацией в сети, рассылки и контент-маркетинг.

В интернете реклама бывает разных видов, контекстная, таргетированная, баннерная и так далее, но границы между ними почти незаметны, поэтому куда большее значение имеет не вид, а канал: поисковые системы, соцсети, мобильные приложения и другие. Поэтому для наибольшей эффективности требуется создавать рекламу, учитывая каналы ее распространения [3].

SEO-продвижение основывается на внутренней и внешней оптимизации, что включает большой комплекс работ: устранение технических ошибок, работа над структурой сайта, продвижение с учетом поисковых систем.

SMM (Socialmediamarketing) предназначен для работы в социальных сетях. Данный инструмент помогает сформировать лояльность аудитории, увеличить продажи, взаимодействовать с клиентами.

Управление репутацией в сети – это комплекс мероприятий по отслеживанию упоминаний бренда, мониторинг тона публикаций, работа с негативом и формирование положительного образа, работа с отзывами.

Рассылки – действенный инструмент интернет-маркетинга при правильном подходе. Необходимо уделять внимание названию, теме письма, времени отправки, проверке на отсутствие технических ошибок. Также необходимо следить за показателями рассылок, а именно доставляемость, процент открытий и дочитываний, количество обратных писем.

Контент-маркетинг способствует продвижению в сети с помощью публикаций, с помощью полезного и интересного контента можно конвертировать посетителей в покупателей. Данный инструмент рассчитан на долгосрочную перспективу.

Список использованных источников

1. Миннивалеев, Ф.М. Интернет-маркетинг как современное средство коммуникации / Ф.М. Миннивалеев. – Казань : Институт экономики, управления и права, 2011. – 112 с.
2. Умудова, Т.Н. Эффективность применения интернет-маркетинга в коммерческой деятельности / Т.Н. Умудова. – Баку: 2018. – 14-15 с.
3. Сирвида-Льорентэ, С.А. Цели, инструменты и аналитика в интернет-маркетинге / С.А. Сирвида-Льорентэ. – Москва :2018. – 7 с.