

МАРКЕТИНГ

Курінна Д.В., Курінна В.В.

студенти;

Ковальчук Н.В.

*кандидат економічних наук, доцент,
Університет митної справи та фінансів*

ІНСТРУМЕНТИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

На сьогоднішній день в інформаційних технологіях все більшої актуальності набувають Інтернет-мережі. Нові дослідження доказують, що застосування Інтернет-технології в маркетингу має чималий попит та дохід, крім цього має значні заощадження часу та коштів. В сучасних умовах масштабного переходу до новітніх технологій використання Інтернет-маркетингу збільшується, що веде за собою практичність та зручність, як для споживачів, так і для виробників.

Інтернет-маркетинг – це процес застосування новітніх інформаційних Інтернет-технологій під час проведення маркетингового аналізу, вдосконалення товару, визначення розміру цін, направлення до споживача та запровадження сучасних критеріїв зі прискорення продаж для максимального задоволення вимог споживачів через інноваційну організацію матеріального та інформаційного обміну [1].

В наш час є безліч інструментів інтернет-маркетингу. Розглянемо найпопулярніші інструменти 2019 року:

- SMM – Social Media Marketing;
- SEO-оптимізація;
- Контекстна реклама;
- Банерна реклама;
- E-mail маркетинг;
- SMS-маркетинг;
- Ведення блогу (блогерство);
- Відео-маркетинг;
- Ремаркетинг та ретаргетинг;
- Event marketing (подієвий маркетинг) [5].

На нашу думку, саме першу позицію повинен займати SMM – Social Media Marketing, тому що в соціальних мережах не важко шукати людей зі спільними захопленнями та інтересами, формувати групи та доносити інформацію до користувачів (покупців) про найрізноманітніші новинки. В загальному на цих сайтах розміщують ненав'язливу рекламу і направлену на цільовий сегмент споживачів. Із них найлегше збирати трафік, тому що всі соціальні мережі пристосовані до мобільних телефонів.

SEO-оптимізація («search engines optimization») в перекладі з англійської мови означає «оптимізація для пошукових систем». Це процес коригування текстового наповнення (контенту), структури сайту, контроль зовнішніх чинників для відповідності вимогам алгоритму пошукових систем, з метою підняття позиції сайту в результатах пошуку в системах за певними запитами користувачів. Чим вище позиція сайту в результатах пошуку, тим більша ймовірність, що відвідувач перейде на нього з пошукових систем, оскільки люди зазвичай йдуть за першими посиланнями [4]. Тому саме цей інструмент сприяє підвищенню продаж, допомагає зробити бренд більш відомим та популярним, що в свою чергу збільшує дохід. Ще однією із привабливих функції SEO-оптимізації є те, що зробивши розвиток свого сайту один раз, можна мати довготривалий вигоду [2].

Контекстна реклама – це результативний метод збільшення продаж. Вона представляє собою рекламний банер або текстове оголошення на веб-сторінці, що це – саме реклама можна зрозуміти одразу. Переваги її в тому що кожен виробник самостійно обирає свою аудиторію за безліччю особливостями: за інтересами, за географічним положенням, за віком, за поглядами та інше. На сьогоднішній день розповсюджена контекстна реклама Google Adwords і Яндекс Директ. В будь-якому разі є ще один вибір перевірена система Begun.

Банерна реклама. Собою вона представляє рисунок з рекламним написом і посиланням на сайт рекламодавця. Зазвичай вона миготить, займає половину екрану та є яскраво забарвленою, що в свою чергу приваблює покупця. Тому за допомогою банерної реклами можна залучати нових клієнтів та в загальному доносити інформацію до всіх користувачів.

Е-mail маркетинг допоможе налагодити контакт в двосторонньому порядку між клієнтом та фірмою дуже швидко. Тому що кожному споживачеві персонально надсилають електронні листи про фірму, про її

функціонування, нові продукти або товари та інше. Затрати фірми на такий вид реклами є мінімальними, але можна спостерігати відгуки клієнтів. Найголовнішою стадією e-mail маркетингу – це підготувати високоякісний текст або вигляд рекламної розсилки.

SMS-маркетинг є подібним інструментом, але розсилку надсилають по SMS і лише тим клієнтам, які очікують і не проти отримувати інформацію в такому вигляді. Більшість клієнтів самостійно заповнюють анкети спеціальні та дають свою згоду для даної розсилки SMS.

На сьогоднішній день одним з яскравих та найпопулярніших інструментів інтернет-маркетингу є ведення блогу. Тому що за його допомогою можна згуртувати людей в об'єднання за темами, опубліковувати та поновлювати інформацію про фірму або деякі продукти фірми, а також приєднувати все більше нових клієнтів. Блогерство є успішною платформою для контакту з аудиторією та вираження її реакції. На даний момент саме цією платформою являється Instagram.

Відео-маркетинг. Результативність саме цього інструменту інтернет-маркетингу перевірена роками. В сьогоднішньому розвиненому світі відео-ролик утворити не складає великих витрат. Його може робити абихто, а потім вже розповсюдити за допомогою відеохостингу Youtube або через Instagram. Найефективніше зараз в такий спосіб просувати інтернет-магазини, тому що відео більш детально розкриває специфіку товару. Візуальний контент сприймається набагато легше, ніж текстовий.

Ремаркетинг (інструмент Google AdWords) і ретаргетинг (інструмент Яндекс Директ). Разом вони являють собою контекстну рекламу, яка демонструється користувачам, які вже відвідали сайт фірми. Однією з функцій інтернет-магазину, до якого підключений ретаргетинг, є те, що посилання на товари будуть з'являтися всюди, де клієнт знаходиться в інтернеті. Саме ці два інструменти також допомагають збільшенню продаж та доходів фірми.

Event marketing (подієвий маркетинг) означає, що просування товару здійснюється з допомогою деяких подій: семінари, форуми та вебінари. Між фірмою та клієнтом налаштовується зв'язок, споживачу доступна вся потрібна інформація про послугу або продукт. Найважливіші фактори будь-яких заходів – це інформування (анонс), його проведення та інформаційна хвиля (після заходу).

На сучасному етапі популярним є все ж таки сукупний інтернет-маркетинг, це застосування кількох інструментів в комплексі на

різноманітних стадіях. Наприклад, попит вигідно створювати за допомоги контекстної реклами, а трафік найліпше генерувати за допомогою SEO-оптимізації. Email- і SMS-маркетинг підтримує зв'язок з споживачами, які вже впевнені в характеристичі товару і мають інтерес купувати в майбутньому далі.

Таким чином, будь-яка розвинена фірма, яка має довготривалу стратегію існувати і успішно працювати на ринку та конкурувати з іншими фірмами, повинна постійно використовувати у своїй функціональності новітні та популярні інструменти Інтернет-маркетингу і розширювати таким способом клієнтську базу.

Список використаних джерел:

1. Ілляшенко С.М. Сучасні тенденції застосування Internet-технологій у маркетингу / С.М. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4(2). – С. 64-74.
2. Ілляшенко Н.С. SEO-оптимізація як сучасний інструмент Internet-маркетингу / Н.С. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 3. – С. 63-74.
3. Мозгова В.Г. Інструменти Internet-маркетингу та їх переваги для сучасних українських підприємств / Г.В. Мозгова // Ефективна економіка. – 2013. – № 10. – С. 79-86.
4. SEO-оптимізація. URL: <https://bevisible.com.ua/blog/scho-take-seo/>
5. 10 найбільш популярних інструментів інтернет-маркетингу. URL: <https://marketer.ua/ua/10-naibolee-populyarnyh-instrumentov-internet-marketinga/>

Кушніренко І.В.

студентка,

*Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВІДДІЛУ ПРОДАЖІВ ТА МАРКЕТИНГУ

Процес управління маркетингом та продажами – це розроблений послідовний комплекс маркетингових дій, спрямованих на реалізацію маркетингових функцій та принципів, у результаті яких мають бути виявлені і задоволені потреби споживачів, а фірма повинна отримати очікуваний прибуток [1].