

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Чан Тхи Хонг Фыонг

Томский политехнический университет, г. Томск

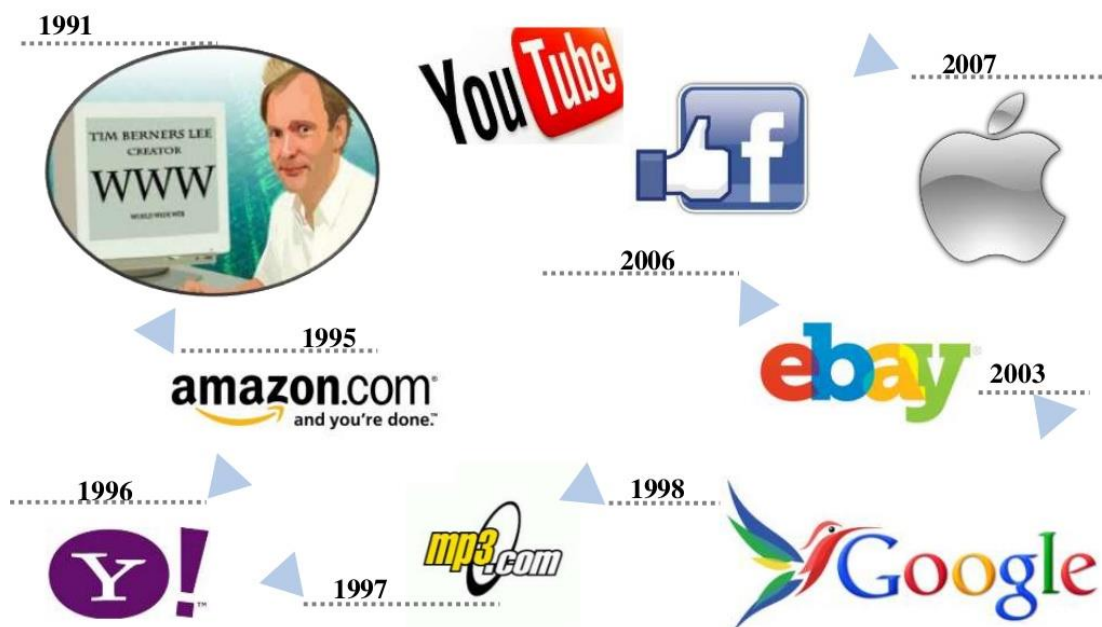
E-mail: hongphuongdhtn@gmail.com

Научный руководитель: Еремин В.В., канд. экон. наук, доцент

В сравнении с другими видами медиамаркетинга (например печатными, радио или телевидением), интернет-маркетинг растет быстрыми темпами. Он завоевывает все большую популярность не только у бизнеса, но и у обычных пользователей, желающих продвинуть свой веб-сайт или блог и заработать на нем.

Развитие Интернета

С рождением интернета на нашей планете связывают многие имена, однако родиной интернета, так или иначе, остается далекая Америка.



5

Рис.1 Развитие Интернета

Рейтинг стран мира по уровню развития интернета:

Таблица 1 - Рейтинг стран мира по уровню развития интернета

Место	Страна	Пользователи (на 100 чел)
1	Фолклендские острова	96.92
2	Исландия	96.21
3	Норвегия	94.65
4	Швеция	93.18

5	Нидерланды	92.86
6	Дания	92.26
7	Люксембург	91.95
15	Япония	86.25
24	Франция	81.44
55	Россия	63.88
108	Вьетнам	39.49

Люди используют Интернет, чтобы поделиться тем, что они делают, что покупают, что они слушают, и то, что им не нравится.

Потребителям легко найти и классифицировать информацию других потребителей для принятия своих решений.

Интернет является не только новым средством коммуникации, но и инструментом изменения культурного поведения, культурного потребления, и т.д. Интернет содержит много информации о развитии технологий.[1]

1. Понятие интернет-маркетинга

Интернет-маркетинг – это процесс определения целевой аудитории (определение потребности), создания для нее контента (удовлетворение потребности), продвижения этого контента до аудитории и работа над вовлеченностью данной аудитории на нашем ресурсе.



Рис 2. Понятие интернет-маркетинга

Интернет-маркетинг – это целевая аудитория, контент, продвижение, вовлеченность.[2]

Интернет-маркетинг применим в интернете в сфере, связанной с цифровыми медиа в сочетании с традиционными средствами массовой информации для достижения маркетинговых целей.

Средства интернет-маркетинга:

- Website (веб-сайт)
- Social network sites (SNS) (социальная сеть) • Facebook • Forum •
- Search Engines (SEs) (поисковая система): Яндекс, Google, Yahoo
- Email

2. Роль интернета в маркетинге

Интернет – очень эффективное средство решения маркетинговых задач. Обмен информацией между потребителем и маркетинговыми службами проходит в кратчайший срок, а возможности более точных прогнозов даже опережают большую часть запросов. На сегодняшний день это перспективная область развития маркетинга, которая соответствует всем критериям, как производителей, так и потребителей. Белорусский рынок также преуспевает в использовании Интернет-ресурсов, а коммуникационные возможности сообщения глобальной сети позволяют оперативно внедрять мировые ноу-хау и продвигать отечественные инновации.[3]

Преимущества для бизнеса:

- Сокращение времени и затрат на сбор информации
- Сохранение уровня эксплуатационных расходов
- Устранение барьеров пространства и времени
- Появление возможностей для среднего и малого предпринимательства
- Возможность сближения продавцов всевозможных товаров с клиентами
- Расширение взаимодействия между предпринимателями и клиентами
- Распространение и обслуживание бренда

Преимущества для клиентов

- Улучшенные возможности выбора продукции и услуг
- Удобство покупки
- Экономия времени и затрат на покупки

3. Особенности интернет-маркетинга

- Персонализация взаимодействия и переход к маркетингу «один к одному».
- Неограниченная сфера функционирования товаров и услуг
- Высокая конкуренция, вследствие чего расширение рынка высококачественных товаров

- Непрерывность работы
- Разнообразие видов продукции и товарозаменителей
- Сбалансированный спрос и предложение
- Переход ключевой роли от производителей к потребителям
- Глобализация деятельности и снижение транзакционных издержек

Использование Интернета приносит новые особенности и преимущества по сравнению с маркетингом, основанном на традиционных технологиях.

Таблица 2 - Особенности и различия традиционного и интернет маркетинга

Виды	Традиционный маркетинг	Интернет-маркетинг
Метод реализации	Mass media	интернет
пространство	ограниченное	неограниченное
Время	Определенное количество часов	Любое время, любое место, быстрая реакция и сразу

Обратная связь	Принять сообщение через несколько минут или долго, в одностороннем порядке.	Сразу, быстро, в двустороннем порядке
Клиенты	Невозможно выбрать конкретную группу клиентов	Можно выбрать конкретную группу клиентов
Затраты	Высокие	Низкие
Сохранение информации	Трудно	Легко

4. Применение интернет-маркетинга на предприятии

- Обслуживание клиентов
- Расширение видов новой продукции
- Создание бренда
- Позиционирование продукта
- Распределение продукта по рынку
- Международный маркетинг: ярмарки, выставки, торговые центры, торговая площадка
- Исследования рынка
- Медиа
- Расширение торговли (коммерции)

В заключение можно сказать, что использование интернет-маркетинга дает не только возможность четкого охвата целевой аудитории, но и предлагает гибкое управление рекламными коммуникациями. При этом достаточно даже очень скромного рекламного бюджета для гарантии максимальной отдачи. Для текущей экономической ситуации Интернет-маркетинг становится чуть ли не панацеей в рекламе. И это справедливо для самых различных сфер бизнеса.

Популярность Интернет-маркетинга растет не только среди бизнес-компаний, но и среди обыкновенных пользователей сети, которые стремятся продвигать свои сайты, блоги.[4]

Список использованной литературы.

1. Рейтинг стран мира по уровню развития Интернета [Электронный ресурс] // URL: <http://gtmarket.ru/ratings/internet-development/info> (дата обращения: 15.10.2015 г.).
2. Что такое интернет-маркетинг? [Электронный ресурс] // URL: <http://i-marketinga.net/chto-takoe-internet-marketing/> (дата обращения: 15.10.2015 г.).
3. Роль интернета в маркетинге [Электронный ресурс] // URL: http://pidruchniki.com/1125050535725/marketing/rol_interneta_reklame_marketinge (дата обращения: 15.10.2015 г.).
4. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] // URL: <http://www.bestreferat.ru/referat-119710.html> (дата обращения: 15.10.2015 г.).