

ИНТЕРНЕТ - САМЫЙ ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ

Ю.Т. Бужеева

(г. Томск, Томский политехнический университет)

INTERNET IS THE MOST EFFECTIVE TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF COMPANY

Y.T. Buzheeva

(с. Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

The article deals with the development of using internet tools. Substantiates the idea that the internet plays a major role in society and because of the internet marketing company is developing rapidly. Allocates and describes the characteristics internet tools. Particular attention is paid SEO-Marketing, SMO-marketing, contextual advertising.

Информационные технологии в экономике и управлении. Продвижение товаров и услуг зависит от многих факторов. Изучение характеристик потребителей может подсказать наилучший способ связи с ними.

Программа продвижения – это инструменты, используемые фирмами для продвижения (реклама, стимулирование сбыта, персональные продажи и связи с общественностью). Составляется план-график работ, для реализации программы продвижения. Этот план четко определяет кто, что и когда должен сделать.

При выборе способов продвижения продукта, главное правильно определить тип рынка, на котором вы работаете.

Реклама – это наиболее эффективный инструмент маркетинга, который информирует потребителей о продукте и его свойствах. Существует также напоминающая и увещательная реклама, которая напоминает потребителям о продукте и убеждает их купить именно рекламируемый продукт.

Интернет-маркетинг сам по себе сложный процесс. Этот процесс включает много важных составляющих и основ и все они плотно взаимосвязаны между собой. Как единое целое они могут принести хороший результат и если что-то упустить, то связь может оборваться. Ядро интернет-маркетинга «ИНТЕРНЕТ», а его составляющие «Персональный бренд», «Целевая аудитория», «Автоматизация».

И безусловно, движущей силой электронной коммерцией является деловой маркетинг. Корпорации, как FordMotorCompany, Chevron, GeneralElectric и другие компании вложили миллионы долларов в создание автоматизированных корпоративных систем продаж.

Существуют также «микросайты»- это специализированные сайты, которые используются для проведения различных видов мероприятий. Многие из них используют «микросайты» для продвижения новых товаров, для предоставления информации для различных СМИ, для проведения различных конкурсов.

Для эффективной работы, в интернет-маркетинге используются различные инструменты, к которым относятся:

- 1.- исследование рынка,
- 2.- исследование конкурентов,
- 3.- изучение покупателей,
- 4.- эффективное сервисное обслуживание,
- 5.- взаимоотношения с клиентами и партнёрами,
- 6.- оплата товаров через сети интернет,
- 7.- проведение рекламных мероприятий,
- 8.- стимулирование сбыта товаров и услуг,
- 9.- брендинг,
- 10.- PR

Исходя из этих инструментов используются различные услуги по интернет-маркетингу. Наиболее распространенными услугами считаются: баннерная реклама, контекстная реклама, SEO и SMM. При использовании баннерной рекламы необходимо правильно подобрать площадку и формат баннера. Площадка должна находиться в том месте, где проходит большое количество человек. Это позволит повысить узнаваемость товара (бренда). Контекстная реклама может повысить продажи.

Каждому сайту необходимо и важно находиться в «топе», чтобы как можно большая часть аудитории смогла посетить его. Для этого зачастую используют SEO-продвижение. SMM-продвижение позволяет расширить возможности фирмы, выходом информации в социальные сети и сообщества.

SEO — searchengineoptimization или поисковая оптимизация – это совокупность мер для повышения позиций сайта. Как правило, чем выше позиция сайта, тем больше заинтересованных посетителей заходят туда.

Суть в том, что с ее помощью вы получаете людей, которые уже ищут в Интернете ваши товары или услуги. Это называется «входящим маркетингом». В то время как «исходящий» маркетинг обращается к широкой аудитории, может быть, большей части которой вовсе не требуется ваша помощь, входящий маркетинг соединяет вас только теми с людьми, которые сами разыскивают вас. Вот почему SEO маркетинг создает входящий поток посетителей, которые с большой вероятностью превращаются в покупателей.

Ключом к входящему маркетингу являются мощные SEO кампании, которые позволят покупателям найти вас прежде, чем ваших конкурентов.

Контекстная реклама

Контекстная реклама- это очень эффективный инструмент маркетинга для связи с клиентами, которые ищут товары в интернете. У контекстной рекламы большой отклик посетителей, а это эффективно для интернет-рекламы. Это новая возможность для рекламодателя демонстрировать рекламное сообщение , заинтересованным сегментам целевой аудитории. Контекстная реклама действует тщательно и отображает лишь те интернет-страницы , которые интересуют посетителей. Для рекламного материала используется принцип ключевых фраз. Благодаря этому принципу, контекстная реклама выражает взаимные интересы рекламодателя и потребителя.

SMM Маркетинг

SMM — socialmedia optimization или продвижение в социальных сетях. В мире насчитывается более 800 миллионов пользователей Facebook, более 200 миллионов пользователей Twitter и более 100 миллионов пользователей Google+. В России, кроме того,

очень популярны социальные гиганты ВКонтакте и Одноклассники. Понятно, что социальные сети позволяют разом охватить огромную аудиторию. Ни один сайт в Интернете не имеет такой посещаемости. И все пользователи соцсетей используют социальные медиа не только для общения, но и для поиска товаров и услуг, т. к. им удобно получать все внутри своей соцсети. Пользователь может моментально поделиться понравившимся сообщением или товаром со всеми своими друзьями, поэтому информация в социальных сетях распространяется как снежная лавина. Социальные сети очень ценны, потому что покупатели рекомендуют вас своим друзьям. Поэтому новые клиенты относятся к вам с гораздо большим доверием и тем выше процент конверсии.

ЛИТЕРАТУРА

1. Васильев Г.А., Забегалин Д.А. Электронный бизнес. Реклама в Интернет. – М.: Юнити-Дана, 2008
2. Голик В.С. Эффективность Интернет-маркетинга в бизнесе. – М.: Дикта, 2008

ПОНЯТИЕ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА И АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ МЕТОДОВ

Ю.Т. Бужеева

(г. Томск, Томский политехнический университет)

CONCEPT OF PRODUCT PROMOTION AND ANALYSIS OF EXISTING METHODS

Y.T. Buzheeva

(с. Tomsk, Tomsk Polytechnic University)

Work is devoted to types of goods promotion consumer goods on the market. The main attention is paid to the study advertising and sales promotion. Presented classification and exhaustive description of all existing facilities sales promotion: 1) trade, personal selling, and 2) using advertising media, and 3) promotion.4) sponsorship;

Информационные технологии в экономике и управлении Продвижение товара – это различные мероприятия, направленные на повышение эффективности продаж через различные коммуникативные методы. Продвижение товара как неотъемлемая часть маркетинга:

- развитие политики в зоне стимулирования сбыта,
- управление и планирование инструментами воздействия сбыта (продажа по предварительным заказам, рекламно-информационная деятельность, искусство сбыта, упаковочное дело);
- исследование продаж, управление деятельности торговых агентов;
- определение важных задач рекламы и рекламирование их деятельности;