

## ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

Студ. Федінчик О.О.

Наук. керівник доц. Пономаренко І.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

Мережа Інтернет активно розвивається, що призводить до активізації маркетологів та розробки інноваційних стратегій їх функціонування в глобальному просторі. Для досягнення стратегічних цілей вони використовують Інтернет-маркетинг (англ. internet marketing) – це практика використання всіх аспектів традиційного маркетингу в Інтернеті, яка зачіпає основні елементи маркетинг-міксу: ціна, продукт, місце продажу і просування. Основна мета отримання максимального ефекту від потенційної аудиторії сайту. Інтернет-маркетинг використовує світову глобальну мережу як потужний інформаційний і комерційний канал для будь-якого виду бізнесу, який зв'язує виробника зі споживачем, продавця з покупцем тощо. Сучасні технології переносять ділову активність з «ринку як місця» в «ринок як простір».

Більшість публікацій про маркетинг в Інтернет зараз зводяться до реклами в мережі. Дійсно, Інтернет-реклама найбільш чітко виділяє відмінності Інтернет, його нові форми, даний вид реклами спрямований на кінцевого споживача і характеризується публічністю. Однак зведення маркетингу в глобальній мережі тільки до Інтернет-реклами дуже звужує його реальні функції і можливості. Індустрія інтернет-маркетингу велика, складна і динамічно змінюється. Дуже важливо тримати руку на пульсі, відстежувати тренди, щоб вчасно почати працювати в правильному напрямку і випередити конкурентів.

Розглянемо основні тренди Інтернет-маркетингу на 2017 р.:

1. Зростання рівня конкуренції в усіх сегментах.
2. Акцент на Mobile. AMP, PWA, Mobile First Index.
3. Захист з'єднань.
4. Робота з аудиторіями – списки ремаркетингу на базі Google Customer Match.
5. Акцент на вимірюванні медійної та відео реклами – асоційовані та відкладені конверсії Google Analytics, Brand Lift для YouTube.
6. Push-повідомлення.

Інтернет-маркетинг також має свої переваги, серед яких в першу чергу слід виділити надання споживачеві можливість отримати інформацію про товари. Будь-який потенційний споживач може, використовуючи Інтернет, отримати інформацію про товар, а також купити його. Застосування методів інтернет-маркетингу націлене на економію коштів, а також на розширення діяльності компаній. При цьому як великі компанії, так і малі, мають більш урівноважені шанси в боротьбі за ринок. На відміну від традиційних рекламних медіа, вхід на ринок через Інтернет є не надто витратним. Важливим моментом є те, що на відміну від традиційних маркетингових методів просування, Інтернет-маркетинг дає чітку статистичну картину ефективності маркетингової кампанії. У порівнянні з іншими видами медіамаркетинга, Інтернет-маркетинг росте дуже швидко. Він завойовує все більшу популярність не тільки у бізнесі, але і у звичайних користувачів, які хочуть просунути свій ефективний веб-сайт або блог і заробити на ньому.

Переваги Інтернет-маркетингу полягають не тільки в тому, що є можливість чіткого охоплення цільової аудиторії. Він пропонує гнучке управління рекламними комунікаціями. При цьому навіть досить скромний рекламний бюджет гарантує максимальну віддачу. Для поточної економічної ситуації Інтернет-маркетинг стає мало не панацеєю в рекламі. І це справедливо для самих різних сфер бізнесу.