

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ОДНА ІЗ ЕФЕКТИВНИХ ПЛОЩАДОК РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Студ. Савон М.В.

Наук. керівник доц. Шацька З.Я.

Київський національний університет технологій та дизайну

Поняття маркетингу ототожнюється з будь-якою діяльністю у сфері ринку. Та з розвитком інформаційних технологій, ключову роль у якому зіграла поява мережі Інтернет, вводиться таке поняття, як Інтернет-маркетинг.

Під терміном «Інтернет-маркетинг» розуміється теорія і методологія організації маркетингу в гіпермедійному середовищі Інтернету. Завдяки своїм унікальним характеристикам, які значно відрізняються від традиційних інструментів маркетингу, Інтернет набув значного поширення у бізнес-середовищі. Гіпермедійна природа, як одна із основних властивостей середовища Інтернет, характеризується високою ефективністю у поданні та засвоєнні інформації, що значно підвищує можливості маркетингу у посиленні взаємозв'язку підприємств і споживачів.

Проте, роль всесвітньої мережі не обмежується лише комунікативними функціями, а й включає в себе можливість укладання угод, здійснення покупок і проведення платежів, ставши глобальним електронним ринком.

У сучасному світі, на перший погляд, легко розпочати власний бізнес. Але згодом власник починає зіштовхуватися з низкою проблем, основною з яких є невелика кількість споживачів. Вирішення цієї проблеми є застосування на підприємстві методу Інтернет-маркетингу. Адже завдяки мережі про бізнес дізнається більша кількість людей. Та й розмістити оголошення набагато простіше, ніж застосовуючи зовнішню рекламу. Хоча розширити аудиторію не так вже і легко, та, проаналізувавши те, що більшість людей проводить багато часу у своїх гаджетах, можна легко зрозуміти, що аудиторія, в прямому сенсі, може знайти вас сама. Тим паче, що існують досить багато соціальних мереж, в яких щохвилини/щогодини/щодня рекламується надзвичайна кількість товарів. Тож головне – це правильно і лаконічно подати інформацію про бізнес, та, звичайно ж, не забувати її оновлювати.

Дослідивши аудиторію Інтернету, виявлено, що його користувачі поступово відмовляються від інших джерел отримання інформації. На задній план відходять газети, радіо та телебачення. Все, що потрібно, можна швидко та в будь-який час дізнатися з мережі.

В Інтернеті створено системи аналізу реклами, які дають точні прогнози кожної дії, виявляють проблемні зони та методи їх вирішення. Люди зі схожими з тематикою бізнесу інтересами зможуть побачити оголошення, а ті, хто не зацікавлений – ні. Це є гарною можливістю досягти відповідних цільових груп. Інтернет на сьогодні є найефективнішим способом комунікації з середнім класом. Ще одним беззаперечним плюсом є те, що використання мережі зменшує витрати підприємства на комунікацію з клієнтом. Завдяки цьому витрати на обслуговування будуть мінімальні, що і сприяє досягненню більшого прибутку підприємством.

Все більше світових компаній включають Інтернет-маркетинг в перелік найефективніших інструментів своєї реклами. З кожним роком все більше число фірм використовує Інтернет на різних етапах своєї діяльності. І для багатьох компаній постає питання не в тому, чи використовувати Інтернет, а в тому, скільки коштів на це виділити і як ними правильно розпорядитись.

Таким чином, швидке зростання користувачів Інтернет не тільки відкрило нові можливості у взаємодії з потенційними споживачами, а й вивело Інтернет-маркетинг на світовий рівень.