

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ДЖЕРЕЛО ЗРОСТАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМПАНІЇ

Студ. Жебричук А.В.
Наук. керівник проф. Ніценко В.С.
Одеський національний університет ім. Мечникова

Розвиток інформаційних технологій, серед яких одне із провідних місць посів Інтернет, поява і стрімкий ріст електронної комерції стали основою для утворення нового напрямку в сучасній концепції маркетингу взаємодії – Інтернет-маркетингу. Під цим терміном розуміється теорія і методологія організації маркетингу в гіпермедійному середовищі Інтернету.

Глобальна мережа наділена унікальними характеристиками, які суттєво відрізняються від характеристик традиційних інструментів маркетингу. Однією з основних властивостей Інтернет-середовища є її гіпермедійна природа, яка характеризується високою ефективністю в представленні і засвоєнні інформації, що значно підвищує можливості маркетингу в посиленні взаємозв'язку підприємства і споживачів. Крім того, роль, яку виконує глобальна мережа, не обмежується лише комунікативними функціями, а також охоплює можливість укладання угод, здійснення покупок і проведення платежів, надаючи їй вигляду глобального електронного ринку.

Основними перевагами Інтернет-маркетингу вважаються:

- інтерактивна можливість максимально точного таргетингу (рекламного механізму, що дозволяє виділити цільову аудиторію і показати рекламу саме їй);
- можливість детального постклік-аналізу;
- відносно невелика вартість доступу до інформації; оперативність отримання інформації;
- зручність;
- доступність;
- необмежена аудиторія;
- зниження рівня впливу на потенційного клієнта.

Інтернет-маркетинг є складовою електронної комерції і включає в себе такі елементи як: медійна реклама, контекстна реклама, пошуковий маркетинг в цілому і пошукова оптимізація (SEO) зокрема. Інтернет-маркетинг потрібен задля вирішення щонайменше двох задач: по-перше, визначення попиту та пропозиції на конкретний товар чи послугу; по-друге, для відпрацювання механізмів залучення уваги потенційних клієнтів до даної продукції, тобто для пошукової оптимізації. Унікальність Інтернет-маркетингу як каналу комунікації полягає у можливості отримання оперативного зворотного зв'язку від користувача і організації інтерактивної взаємодії.

На сьогодні Інтернет-маркетинг в Україні розвивається стрімкими темпами і здобуває щоденно все більше шанувальників. Відбувається це тому, що українські підприємці та споживачі починають належно оцінювати переваги такого виду розвитку діяльності. Потреба у Інтернет-маркетингу обумовлена тим, що сьогодні стають актуальними і діючими маркетинговий аналіз і маркетингові дослідження в Інтернеті.

Сучасний маркетинг набуває нові форми й значення завдяки активному розвитку Інтернету. Настає час комплексного Інтернет-маркетингу, інструменти якого ефективно працюють на досягнення маркетингових цілей компанії. Інтернет-маркетинг постійно і динамічно розвивається, тому слід очікувати змін, інновацій і нових можливостей для діяльності. Інтернет як маркетинговий інструмент, об'єднавшись з іншими комунікаційними середовищами, стане платформою для створення якісно нових можливостей для розвитку діяльності.