

## ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ КАК ВАЖНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ НА РЫНОК

Магистрант сп. 1-25 80 04 Каменко И.И.

Д-р экон. наук, профессор Енин Ю.И.

Белорусский национальный технический университет

Интернет-маркетинг – это комплекс мероприятий по продвижению и продаже на рынке товаров и услуг посредством использования всех элементов традиционного маркетинг-микса в интернете. Основные элементы комплекса интернет-маркетинга: *товар (Product)* (должен иметь достойное качество, т.к. он конкурирует с другими сайтами и традиционными магазинами), *цена (Price)* (обычно цена в интернете ниже, чем в магазине за счет экономии на издержках, необходим контроль цены и сравнение ее с конкурентами), *продвижение (Promotion)* (комплекс мер по продвижению как сайта, так и товара в сети: поисковое продвижение, контекстная и баннерная реклама, e-mail маркетинг, вирусный маркетинг, скрытый маркетинг, интерактивная реклама, работа с блогами и соцсетями и т.д.), *место продаж (Place)* (большую роль играет графический дизайн сайта, юзабилити сайта и качество обработки заявок с него, скорость загрузки, работа с платежными системами, условия доставки, работа с клиентами до, во время и после продажи). Всю активность интернет-маркетинга можно разделить на три основных вида деятельности: привлечение новых клиентов (используются инструменты: интернет-реклама, PR, SEO), удержание клиентов (сайт и контент, поддержка пользователей, различные акции), исследование (целевой аудитории и конкурентной среды), мониторинг (степени удовлетворенности клиентов и эффективности рекламных кампаний).

Интернет-маркетинг имеет несколько бизнес-моделей. Основные модели: бизнес-бизнес (B2B) и бизнес-потребитель (B2C). B2B состоит из компаний, которые делают бизнес между собой, в то время как B2C подразумевает прямые продажи конечному потребителю. Первой появилась модель B2C. B2B схема оказалась более сложной и начала действовать позже. Третья модель - «пользователь-пользователь» (C2C), где обычные пользователи интернета меняются между собой и продают товары друг другу. Основные преимущества интернет-маркетинга: интерактивность, максимально точный таргетинг, постклик-анализ, экономия средств, расширение деятельности компании, большой охват целевой аудитории, получение нужной информации о товаре и услугах. Недостатки: высокая стоимость сопутствующих интернет-услуг, зависимость от скорости интернет-соединения, ограниченность платежных методов.