

ІНТЕРНЕТ – МАРКЕТИНГ

асистент Грищенко О. Ф., студентка Гафікіна М. О.

У наш час без Інтернет-маркетингу не обходиться жодна ефективна рекламна кампанія. Основне завдання як Інтернет-маркетингу, так і традиційного маркетингу – завойовування прихильності клієнта. У результаті цього виробник товарів чи послуг збільшує обсяги продажів і прибутку. З іншого боку клієнт (споживач товарів і послуг) завдяки отримуваній інформації має можливість вибирати між різними виробниками та отримувати найбільш сприйнятний для себе продукт.

Можна знайти різні підходи до трактування поняття «Інтернет-маркетинг». У більшості випадків Інтернет-маркетинг розуміють як спосіб просування будь-яких товарів чи послуг в інтернеті, або як рекламу у Всесвітній мережі. Фактично інтернет-маркетинг має на увазі цілий комплекс дочірніх галузей, що включають не лише баннерну рекламу і public relations, але і методики проведення маркетингових досліджень в Інтернеті, зокрема, вивчення попиту і споживчої аудиторії, освоєння алгоритмів формування і забезпечення високої ефективності рекламних кампаній, способів правильного позиціонування торгівельної марки на ринку, а також багато що і багато що інше. Що ж до загально вживаного означення даного виду маркетингу, то воно свідчить про швидке «зростання» і розповсюдження даного виду маркетингу. Адже хоч люди не цілком вірно розуміють цей вид реклами все ж вони постійно чують і бачать його.

Були часи, коли будь-який, у кого було що продати, їхав на базар. Туди ж їхав і той, кому треба було щось купити. Там продавець і покупець зустрічалися, і відбувався між ними акт купівлі-продажу. Інтернет – маркетинг працює за таким самим принципом, принципом базару, але містить в собі деякі нюанси. З розвитком даного виду реклами зростає і конкуренція на цьому ринку. Продавців стає все більше і відповідно зростає і пропозиція на будь-який товар.

Зі зростанням конкуренції в цій галузі підприємству, або особі вже мало просто створити Інтернет магазин, виникає потреба в його рекламі. В Інтернеті частіш за все в ролі реклами виступають маленькі флеш-повідомлення, які дають посилання на головний магазин. Вони повинні містити інформацію про фірму чи власника; інформація про знижки; деякі партнерські програми і т.д. Дана реклама є дуже наглядною і просто та швидко запам'ятовується.

Загалом основними перевагами Інтернет-маркетингу слід вважати інтерактивність та низьку вартість. Інтернет-маркетинг надає можливість доступу до різноманітної інформації з будь-якої точки Земної кулі за порівняно низькою вартістю.

Можна визначити такі основні переваги використання Інтернет – маркетингу:

1. Інформація. До цієї переваги можна віднести оперативність та відносну анонімність отримання необхідної інформації, кількість якої постійно збільшується.
2. Зручність. Це надає можливість використовуючи інформацію, замовляти різноманітні товари та послуги в необхідний для нас час, просто не виходячи з дому.
3. Необмежена аудиторія. Доступ до інформації є необмеженим для цільової аудиторії, яка на даний момент постійно зростає.
4. Зниження рівня впливу. Ця перевага характеризується тим, що споживач не піддається впливу як родичів, друзів, так і продавців. Зберігається конфіденційність покупки та інформації, яка має досить важливе значення для певної категорії людей.
5. Доступність. Характеризується можливістю безперервного використання Інтернет - ресурсів.

До основних недоліків використанні Інтернет-маркетингу можна віднести такі:

1. Наявність такої продукції, яку споживачі не хочуть придбати за допомогою Інтернету. До таких товарів відносять продукти харчування, взуття, ювелірні вироби. Це пояснюється тим, що є такі споживачі, для яких є важливою фізична присутність при виборі даного товару.
2. Проблеми виконання замовлень. Цей недолік характеризується затримкою доставок продукції, переплутанням товарів. Це може бути пов'язано із різким збільшенні відвідувачів та замовників.
3. Проблема платежів. При активному розвитку Інтернет - технологій на даний момент постає проблема здійснення платежів через мережу. Це зумовлено здійсненням крадіжок грошей з рахунків [1].

У висновку хотіла б зазначити також про корисність, легкість та розповсюдженість Інтернет-маркетингу. На даний час через Інтернет можна замовити будь-які товари, що з одного боку дуже зручно, але з іншого відбулося виключення з торгових відносин фактору живого спілкування, що в деякій мірі негативно впливає на маркетингову діяльність будь-якого підприємства чи особи.

1. Паньків Н. Переваги та недоліки використання інтернет – маркетингу / Н. Паньків [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://conf-cv.at.ua/forum/40-230-1>