

Особенности интернет-маркетинга в Украине

Кулик М.В.

Интернет представляет собой уникальную коммуникационную систему, которая может использоваться не только для какой-то одной цели. Ее привлекательность как раз и состоит в многообразии возможностей и в том новом, что она несет для различных видов деятельности. Глобальные сети типа Интернет помогают фирмам налаживать прямые контакты с покупателями продукции, выводя отношения с ними на новый уровень, позволяющий получать оперативную информацию о конъюнктуре рынка и изменениях в структуре потребительского спроса. Можно выделить шесть принципиальных областей применения Интернет в маркетинге: поддержание деловых связей; информация о рынке; покупка и продажа через Интернет, реклама товаров в Сети, сервис и послепродажное обслуживание.

Делать покупки в Интернет и использовать Интернет-коммерцию в повседневной жизни заставляет людей три фактора — цена, время и прямой контакт. Одновременное наличие этих факторов заставит клиента что-либо приобрести посредством Интернет. Правильно настроенная система позволяет вашим клиентам выбирать и заказывать товары, не выходя из дома или из офиса. Благодаря прямому контакту исключается также необходимость общения с посредниками, то есть покупатель избавлен от воздействия убеждающих и эмоциональных факторов.

Для компаний, стремящихся реализовать свои товары через сеть, тоже имеется ряд преимуществ:

- возможность быстрее реагировать на меняющиеся рыночные условия;
- анализ реакции покупателей позволяет получать дополнительную информацию об их потребностях и незамедлительно вносить необходимые коррективы в рекламу;
- кроме того, нельзя отбрасывать возможность сэкономить на доставке и распространении информации.

Все эти факторы приводят к тому, что вашим клиентам все в большей степени нравится с вами сотрудничать, и они будут

приходить к вам снова и снова. Но, говоря об Интернет-маркетинге, можно найти массу причин, чтобы не считать ее инструментом, способным приносить прибыль. Вот лишь некоторые из них:

- небольшое количество пользователей Интернет в Украине;
- средний пользователь Интернет очень сильно отличается от среднестатистического жителя Украины;
- хаотичность и информационная перегруженность большинства сайтов затрудняют привлечение и удержание потенциальных клиентов;
- небезопасность финансовых сделок и передаваемой конфиденциальной информации;
- явный недостаток профессиональных специалистов по Интернет-маркетингу и рекламе приводит к низкому качеству оказываемых ими услуг.

Тем не менее, несмотря на все сложности и проблемы, все большее число компаний включает Интернет-маркетинг в перечень используемых маркетинговых инструментов.

Таким образом, к основным функциям Интернет-маркетинга относятся:

- а) отсутствие пространственной локализации, возможность осуществлять деятельность вне привязки к конкретной территории или локальному рынку;
- б) обеспечение возможности сокращения времени на поиск партнеров, осуществление сделок, разработку новой продукции и т.д.;
- в) снижение асимметрии информации;
- г) сокращение накладных расходов (командировочных, потерь от несостоявшихся, неправомερных или недобросовестных сделок);
- д) снижение трансформационных издержек за счет оптимального выбора структуры товарного ассортимента, сокращения времени на разработку и внедрение новой продукции, обоснованной политики ценообразования, уменьшения числа посредников и затрат на сбыт и т.д.;
- е) рационализация структуры управления, в том числе путем ее сжатия по вертикали, сокращения и объединения ряда функций, солидаризации ответственности.

В целом же можно сказать, что постепенно из модной игрушки Интернет превращается в один из инструментов для ведения бизнеса.