

ТЕНДЕНЦІЇ ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ

студентка гр. МК-91 Номеровська Т.С.

Інтернет-маркетинг – це набір найрізноманітніших інструментів для просування послуги або товару в мережі. Це також відкриття нових можливостей і значна економія бюджету. Маркетинг в Інтернеті використовує всі можливості реклами в мережі для отримання зворотного зв'язку від аудиторії, охоплюючи і творчі, і технічні аспекти роботи в глобальній мережі, а саме дизайн, маркетинг, розробку та рекламу. Інтернет маркетинг вельми ефективний і гнучкий метод реклами товарів і послуг.

В Україні інтернет-маркетинг, в першу чергу, виконує функції брендингу, а Інтернет є каналом підтримки, посилення і навіть створення брендів. Якщо раніше корпоративний сайт створювався «в доважок», в якості модного аксесуара, то зараз компанії – і великі, і середні – все більше використовують рекламу за допомогою сайтів, соціальних мереж, блогів, тощо. У витратах маркетингових бюджетів 2012 року реклама в мережі Інтернет впевнено посідає перше місце. Більше половини організацій України мають намір збільшити витрати на Інтернет-рекламу, і тільки 8% планують виділяти менше коштів на мережеве просування та інтернет-маркетинг. Такі висновки дозволяє зробити черговий етап опитування серед українських маркетологів «Тенденції розвитку маркетингу в Україні».

Просування в Інтернеті сайту практично нереально уявити без SEO (search engine optimization). Адже переважна більшість користувачів інтернету шукають товари за допомогою пошуковиків типу Google або Яндекс, і Україна в цьому відношенні не виключення. Тому цілком логічною метою для Інтернет-маркетингу є продумана стратегія, з повним та грамотним відбором ключових слів, за якими сайт буде представлений в топ-10, топ-5, топ-3 пошукової видачі.

Чи не найкращий виглядом сучасної реклами є контекстна. Адже рекламне повідомлення стає доступним користувачеві саме тоді, коли він сам визнає максимальну потребу в рекламованому товарі. Тому ефекту відторгнення або неприйняття, характерного для традиційної і деколи нав'язливої реклами, тут немає. І тому цілком логічно, що віддача від контексту на порядок перевищує класичні типи реклами - причому не тільки в офлайн, але і в онлайні. Маркетинг в Інтернеті просто зобов'язаний враховувати такий потужний інструмент!

Також Інтернет-маркетинг в Україні, як і в усьому світі, освоює соціальні мережі. Facebook, Twitter, Вконтакте, Однокласники. Розшарити, лайкнути, створити групу, зробити репост – ці та багато інших термінів стануть звичними і добре знайомими і для українського бізнесу. Адже завдяки всім їм можна налагодити прямий, швидкий і максимально живий зв'язок з потенційними і існуючими клієнтами. Завдяки цьому можливо не лише швидко коректувати недоліки, які не влаштовують споживачів, але і підвищувати репутацію бізнесу, робити людей більш лояльними до існуючого бренду.

Зрозуміло, інтернет-маркетинг не обмежується тільки цими напрямками роботи. Інтернет-маркетинг в Україні набирає обертів мало не з кожним днем. У цьому не складно переконатися, просто оцінивши кількість постійно доданих в Уанеті (українському сегменті інтернету) сайтів комерційної тематики: починаючи мережевими представництвами у вигляді сайтів-візиток і закінчуючи просунутими загальнонаціональними інтернет-магазинами, в яких можна знайти від булавки до автомобіля. І тому робота по залученню до них відвідувачів, а відповідно і покупців, стає все більше затребуваною.

Проте основна частина українського бізнесу поки не готова використовувати Інтернет в якості прилавка або торгового агента. Інтернет у нашій країні – все ще яскрава обгортка і рекламний ролик. З цієї причини корпоративні сайти виконують не стільки безпосередньо комерційні, скільки представницькі функції. Вони не продають, а переконують, агітують і навіть намагаються викликати сильні емоції.

Маркетинг в Інтернеті без сумнівів відрізняється від звичайного, давно відомого офлайнного маркетингу. Адже інтернет-маркетинг повинен враховувати специфіку поширення будь-якої інформації (в тому числі і рекламного характеру) в глобальній мережі, а також використовувати абсолютно особливі, існуючі тільки в онлайнні інструменти. Крім того маркетингова діяльність у мережі Інтернет має значні переваги, оскільки потребує залучення значно менших фінансових ресурсів, ніж це знадобилося б для проведення звичайної маркетингової діяльності.

Отже, на сьогоднішній день інтернет-маркетинг в Україні є досить популярним, але українські підприємці застосовують його більше для іміджу компанії, аніж для прибутку. Тому на цьому етапі застосування реклами в Інтернет важливо враховувати, як вона допоможе зменшити витрати на рекламу та збільшити продажі товарів.

Науковий керівник: к.е.н., доц. Карпіщенко М.Ю.

Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О. Ф. (м. Суми, 24–26 квітня 2013 р.) : у 4 т. / за заг. ред. О. В. Прокопенко. – Суми : Сумський державний університет, 2013. – Т. 4. – С. 143-144.