

## **ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ ПРОМЫШЛЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ С ПОМОЩЬЮ МЕТОДОВ ОН-ЛАЙН ТОРГОВЛИ**

аспирант **Дериколенко А.А.**  
*Сумський державний університет (Україна)*

На сегодняшний день рынок интернет – торговли находится на стадии активного развития. За последние 10 лет количество интернет – магазинов выросла приблизительно в 100 раз, а оборот онлайн – торговли перешагнул 1 млрд долларов.

По состоянию на 2014 год, количество интернет – магазинов в Украине составляет около 10 тысяч и с каждым днем эта цифра растет.

Отдельную часть занимают интернет – магазины, предлагающие продукцию промышленного назначения.

К основным положительным качествам данного типа продвижения относится возможность использования таргетированной рекламы. С её помощью можно охватить целевую аудиторию по географическим, демографическим, психологическим признакам. Она решает такие задачи как формирование спроса, поддержание спроса, побуждение пользователя к действию, улучшение узнаваемости бренда.

Вторым положительным моментом является возможность анализа поведения посетителей на сайте и, исходя из полученной информации, – совершенствование сайта, продукта и маркетинга.

Также при использовании онлайн-метода продвижения редактировать или прерывать рекламную кампанию можно мгновенно, не затрачивая при этом дополнительных средств и усилий.

Интерактивность данного вида продвижения дает возможность продавцу взаимодействовать с потенциальным потребителем. Это очень важно при составлении технического задания, обсуждения деталей сборки, особенностей передпродажного сервиса.

В данном контексте уместным будет рассмотрение продвижения товаров промышленного назначения в социальных сетях. Например, блоги на сегодняшний момент являются наиболее оптимальной площадкой для размещения тематической информации и общения с клиентами, а социальная сеть “Facebook” – наиболее подходящей платформой для поиска новых клиентов.

Единственным отрицательным моментом является то, что на сегодняшний день лучшим вариантом заключения сделки именно при продаже товаров промышленного назначения считается только личная встреча. Но при использовании он-лайн – продвижения именно небольшие производственные предприятия имеют шансы выйти как на национальные так и на международные рынки, затрачивая на это сравнительно небольшие ресурсы.

**Дериколенко, А.А. Преимущества и недостатки продвижения товаров промышленного назначения с помощью методов он-лайн торговли [Текст] / А.А. Дериколенко // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 6-8 травня 2014 р.: у 2-х т. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, О.В. Люльова. - Суми : СумДУ, 2014. - Т.1. - С. 204-205.**