

ТЕНДЕНЦІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У МАРКЕТИНГУ

студентка гр. МКмс-41/1м **Іванова Т.Є.**,
к.е.н., ст. викладач **Івашова Н.В.**
Сумський державний університет (Україна)

Одним із найбільш ефективних маркетингових засобів просування товарів та послуг сьогодні є використання всесвітньої мережі Інтернет. Застосування Інтернет-маркетингу є необхідним для кожної компанії світу, яка прагне досягти висот на певному ринку та зберегти позиції лідера якомога довше. Існує безліч інструментів та технологій Інтернет-маркетингу, однак їх застосування залежить від профілю діяльності компанії та специфічної мети, яку прагнуть досягти компанії-виробники.

Реклама на телебаченні, радіо, зовнішніх носіях сьогодні поступається рекламі в мережі Інтернет. Все більше людей користуються соціальними мережами, блогами, переглядають журнали та газети в електронному вигляді, користуються електронною поштою, замість звичайної, а також більше вільного часу проводять в пошуках цікавої для них інформації в мережі Інтернет. Зважаючи на таку тенденцію, більшість підприємств звертаються до інструментів Інтернет-маркетингу, що дозволяють вести діалог і встановлювати довірчі відносини між продавцем і покупцем, підприємцем та його клієнтами, партнерами.

Інструментів Інтернет-маркетингу (рис. 1) дуже багато і з кожним днем їх становиться все більше.



Рис. 1 Схема інструментів Інтернет-маркетингу

Останнім часом Інтернет-маркетинг та його технології значно видозмінилися. Компанії-виробники самостійно вирішують, який засіб найбільш ефективно використовувати для просування продукції на ринок. Однак, однозначно можна стверджувати, що використання інструментів та технологій (табл. 1.1) Інтернет-маркетингу є обов'язковим у бізнесі.

Таблиця 1 – Тенденції Інтернет-маркетингу

Тенденції	Пояснення
Мобільний маркетинг	Планшети і смартфони роблять Інтернет доступним практично в будь-якому місці. Приспосувати он-лайн бізнес під мобільні пристрої допоможуть: SMS-розсилка інформації про акції та розпродажі; мобільна контекстна реклама; responsive design (адаптивна верстка) сайту; просування по мобільному трафіку.
SMM-маркетинг	Аудиторія соціальних мереж зростає дуже швидко. Будь-якому бізнесу не завадять представництва у популярних гігантах соціалізації (ВКонтакте, Facebook, YouTube) і набирати обороти у профільних соціальних мережах (LinkedIn, Pinterest, Instagram, Foursquare).
Контент-маркетинг	Тексти сайту в першу чергу повинні бути цікаві відвідувачам, і лише потім - пошуковим системам. Потрібно намагатися привернути увагу і завоювати довіру користувачів, грамотно розставивши акценти, підкресливши свої реальні переваги.
Розвиток ресурсу	У тренді регулярне оновлення: додавання новин, акцій, розміщення товарів, а також розвиток дерева сайту - додавання нових розділів, поліпшення структури сайту.
Безперервна робота з сайтом	Інформація про компанію повинна бути достовірною, актуальною, вичерпною, щоб результати пошукової видачі грали на користь компанії. Потрібно використовувати всі можливі канали залучення трафіку, не обмежуватись тільки SMM, SEO або контекстною рекламою.
Flat-дизайн	Мінімалістичний підхід до дизайну об'єктів сайту, який підкреслює зручність використання, він більшою мірою орієнтований на кінцевого користувача
Відеобекграунди	Набирає обертів використання відео не тільки в контент-маркетингу, але і в якості видовищного та оригінального прийому веб-дизайну.
Parallax Scrolling	Динамічний ефект, завдяки якому об'єкти сторінки переміщуються з різною швидкістю і створюють широке поле для фантазії дизайнерів. Крім того ті ж мобільні пристрої диктують моду на односторінкові сайти з нескінченної прокруткою і автоматично довантажувати контентом.

Усі перераховані тренди взаємопов'язані, тому компаніям рекомендовано працювати відразу над декількома з них у комплексі. Потрібно пам'ятати, що головним модним диктатором всіх часів і сайтів був і буде користувач, тому в першу чергу бізнес повинен орієнтуватися на його смаки, бажання та уподобання.