

МАРКЕТИНГ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Плеханов Никита Викторович, Дегтерева Инна Ивановна, магистр э.н.

Полесский государственный университет

Ple Khanov Nikita Viktorovich, Degtyareva Inna Ivanovna, M.S. of Economic,

Polesky State University, plehanovnikita2002@gmail.com

Аннотация. Актуальность использования маркетинга в сети обусловлено появлением огромных затрат на маркетинг и рекламу. В работе рассмотрены основные преимущества использования маркетинга в сети, а также предложены примеры сервисов, которыми пользуются маркетологи в Республике Беларусь.

Ключевые слова: маркетинг, сеть, интернет, реклама, анализ, информация.

В настоящее время встречается все больше организаций, которые обращаются к поддержке интернет-маркетинга. Интернет-маркетинг является наиболее сильным из всех имеющихся на сегодняшний день способов распространения товаров и услуг. Объем реализованной продукции в интернет-маркетинге появляется и содействует за счёт того, что людей информируют о продукции, услугах организации, и обдумывают кому именно нужна та или иная необходимость.

Как известно организации, которые продают товары, испытывают огромные затраты на рекламу и раскрутку своего бренда. Компании, которые идут по направлению интернет-маркетинга, не затрачивают средства на рекламу. Реклама происходит при естественном общении потребителей продукции, а продукцию у организации могут получить только люди, которые участвуют в бизнесе, они и приобретают доход от реализации продукции и с сэкономленных средств на рекламу. При этом человек получает доход от того, что распространяют люди, которых он привлек в этот бизнес и обучил.

Основной выгодой использования интернет-маркетинга- это не дорогой метод рекламирования своего бренда. Под интернет-маркетингом понимается, модель продвижения товаров от производителя к потребителю без привычных посредников в виде розничных магазинов.

Сеть Интернет создавалась не с коммерческой целью, а для обмена информацией между учеными. Возможность применения ЭВМ кроме обработки и хранения маркетинговой информации связано с распространением маркетинга в сети

Основные преимущества маркетинга в компьютерных сетях связано с передачей информации. Сеть компьютеров позволяет передать разнообразную информацию и обеспечить свободный доступ к информации [1].

Интернет является всемирной сетью, которая представляет собой не только средство передачи информации, но и как огромный электронный рынок.

Основной компьютерной сетью, которая помогает работать в маркетинге это ФИДО, под которой понимается готовый целевой рынок для организации. Подключение к этой сети позволяет отслеживание многих типов информации.

Преимущество работы в ФИДО [2]:

- Анализ рынка
- Выявлений потребностей
- Отслеживание тенденции развития рынка
- Анонсировать новый товар/услугу

В последние несколько лет маркетинг охватывает полный информационный цикл - создание информации, как таковых новых знаний и их передачу, переработку, использование для преобразования объекта, достижения новых, более высших целей. Информационные технологии позволяют использовать ЭВМ в творческом процессе, соединить силу умов, человеческого и машины.

Специальные программы, применяемые в маркетинге представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Специальные программы, применяемые в маркетинге

Программы	Характеристика
SPSS® Categories™	полный набор инструментов многомерного анализа, позволяющих извлечь максимум информации из категориальных данных
AnswerTree®	позволяет моментально визуализировать выделенные сегменты и закономерности в данных
Marketing Analytic 5	для решения задач накопления маркетинговых данных, автоматизации маркетинговых исследований, стратегического и оперативного планирования маркетинговой деятельности
ДА-Система	работе с данными - от ввода и обмена данными до анализа и отчета
VORTEX	ввода первичной информации, собранной в ходе прикладного маркетингового или социологического исследования
Pulsar	интерактивная система для анализа, табулирования и наглядного представления результатов исследований

Примечание – Источник: собственная разработка на основе данных [3]

Представленные аналитические платформы предоставляют очень глубочайший и продвинутый функционал для аналитики. Это помогает сформировать ясное и эффективное позиционирование, основываясь на полученных данных.

Основное достижение аналитических платформ- это экономия времени для работы с данными маркетинговых исследований. Программы представленные выше помогают разобрать и вуалировать выделенные сегменты и закономерности в данные.

Интернет-маркетинг в наши дни позволяет выявить потенциальную аудиторию, распланировать маркетинговую деятельность и извлечь максимум информации. Интернет-маркетинг позволяет в более отчетливой форме проводить исследование рынка, объяснять событие внутри компании, формируя тем самым моментальную связь с целевой аудиторией. Инструментальные технологии маркетинга играют важную роль в работе компании.

Таблица 2. – Основные сервисы, используемые в Республике Беларусь

Программы	Характеристика
SemilarWeb	Инструмент для аналитики посещаемости определённого сайта
Яндекс метрика	Сервис для определения анализа поведения потребителя на данный момент
Click ru	Инструмент для анализа поисковой выдачи по ключевым словам
Wordstat.ru	Инструмент подбора слов для анализа поисковой выдачи
Google Analytics	Сервис для показа детального показа статистики посещения сайтов
Netpeak Software	Инструмент для анализа стратегии продвижения конкурентов, парсинг выдачи поисковых систем

Примечание – Источник: собственная разработка

Основные преимущества использования маркетинга в сети [3]:

- обширный канал для распространения информации;
- интерактивность;
- возможность отслеживания изменений предпочтений клиентов и персонализации предложения.

Основные недостатки использования маркетинга в сети [3]:

- платность доступа;
- небольшой технический охват.

Отталкиваясь от вышесказанного, интернет позволяет значительно уменьшить издержки, связанные с рекламой и реализацией продукции, соответственно повысить объем продаж в условиях ненавязчивости рекламной информации.

На сегодняшний день в мире существует более 200 миллионов компьютеров и более 85 % из них объединены в различные информационно-вычислительные сети- от малых локальных сетей в офисах до глобальных сетей типа Internet.

Основным выводом из проделанной работы является то, что с бурным развитием компьютерных сетей, маркетинговые мероприятия и реклама выходят на качественно новый уровень. Огромное количество пользователей интернет дает возможность рекламировать и продавать различные товары различного кругу потребителей.

Поэтому на сегодняшний день все больше крупных фирм - производителей широко используют Интернет для распространения своей продукции.

Список использованных источников

1. Волохов, А. А. Каналы коммуникации с потребителями в интернете / А. А. Волохов // Путеводитель предпринимателя. – 2019. – № 42. – С. 67-72.
2. Горнштейн, М. Ю. Современный маркетинг / М. Ю. Горнштейн. – 2-е изд.. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2019. – 404 с.
3. Гришкина, Ю. Э. Ключевые инструменты цифрового маркетинга на онлайн-платформе / Ю. Э. Гришкина // Хроноэкономика. – 2019. – № 2(15). – С. 188-194.
4. Информационные технологии в маркетинге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vuzlit.com/1858548/informatsionnye_tehnologii_marketinge– Дата доступа: 05.04.2022.