

ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ОФИЦИАЛЬНОГО САЙТА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Пушкова Татьяна Дмитриевна¹, Поклад Виктория Анатольевна²,
Шеробурко Елена Николаевна³

¹ГУВПО «Белорусско-Российский университет», г. Могилёв, студентка 2
курса экономического факультета

²ГУВПО «Белорусско-Российский университет», г. Могилёв, студентка 2
курса экономического факультета

³ГУВПО «Белорусско-Российский университет», г. Могилёв, старший
преподаватель

Аннотация

В статье показаны понятия и особенности продвижения сайтов в сети Интернет, рассмотрены достоинства и недостатки маркетинговых инструментов.

Ключевые слова: [internet](#), [интернет-маркетинг](#), [продвижение сайтов](#), [торговые предприятия](#)

Библиографическая ссылка на статью:

Пушкова Т.Д., Поклад В.А., Шеробурко Е.Н. Инструменты продвижения официального сайта торгового предприятия сети Интернет // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2018. № 9 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2018/09/16189> (дата обращения: 08.02.2019).

В последнее время наблюдается тенденция массового распространения интернета. Это дает возможность использовать его как гибкий коммерческий ресурс, постоянно внедряя те или иные инструменты интернет-маркетинга.

Непрерывное развитие рекламного бизнеса и современная тенденция активного перехода рекламы из офлайн-источников в пространство глобальной сети неизбежно приводят к возникновению **новых инструментов** продвижения в сети.

Все инструменты стремятся к одной цели – получение желаемого результата от пользователей. Онлайн-реклама создает конкретный спрос и представляет человеку уже готовые мотивы, почему он должен взять конкретный товар или заказать конкретную услугу.

Главное – **правильное использование взаимодействия** этих инструментов. Инструменты интернет-маркетинга показаны значительным списком, который ежедневно обновляется.



Веб-сайт. Наиболее известный инструмент, который оказывает широкие возможности рекламы владельцу. Эксперты утверждают, бизнес, существующий только офлайн, обречен на убытки.

Для того, чтобы стать важным конкурентом, необходимо в целом серьезно подойти к созданию, наполнению и использованию сайта.

Минусом этого инструмента являются высокие расходы на разработку сайта и на его поддержку. А вот плюсы неиссякаемы.

Большинство сайтов сегодня разрабатывается с учетом возможностей современных мобильных устройств. В обращении у пользователей будут те сайты, которыми удобно пользоваться с помощью планшета/смартфона. А это, в свою очередь, помогает увеличивать горизонты в находке новых потребителей.

Контент-маркетинг. Этот инструмент создает и распространяет полезную для потребителей информацию. Он требует много времени и не сразу приносит свои результаты, зато со временем они существенно увеличиваются.

Поисковый (SEO) маркетинг. При поиске продукта не каждый пользователь посещает интернет-магазин – все начинается с **поиска товара в поисковых системах**. Поэтому SEO, или поисковая оптимизация, была и остается первостепенным инструментом интернет-маркетинга. С её помощью сайт может занимать главенствующее положение в поисковой системе. А если сайт занимает хорошие позиции в поиске, соответственно и шанс обратить обычных пользователей в клиентов очень высок.

Но у этого инструмента есть и свои недостатки – необходимость оптимизации требований поисковых систем.

Интернет-реклама. Сетевая реклама формулируется вероятностью охвата конкретных целевых пользователей и является управляемым средством. Самыми популярными разновидностями являются: контекстная и медийная реклама.

Достоинства контекстной рекламы – быстрый результат и простота в запуске. При запуске потребитель имеет контроль на любом этапе продаж и решает, сколько средств потратить на кампанию. Однако этот вид рекламы достаточно дорогой.

Поисковая реклама – случай контекстной рекламы, применяемый в поисковых системах.

Задачи медийной рекламы:



- Поддержка имиджа;
- Привлечение внимания;
- Нарастивание продаж;

В свою очередь, к ней относятся баннеры, видео и аудиоролики.

Баннерная реклама служит не только для привлечения целевой аудитории, но и создания имиджа и узнаваемости.

Тизерная реклама – вид рекламы, который хорошо подходит для сезонных товаров, продукции постоянного спроса.

Индивидуальная рассылка (E-mail -маркетинг). Это распространение по электронной почте писем, содержащих определенно важную информацию (проведение акций, распродаж, открытие нового магазина). Если правильно его использовать, то можно неизменно завлекать новых клиентов.

Блоггинг. Это продвижение рекламы в блогах. Обсуждение продукта как в позитивном, так и негативном ключе. Одобрение участников блогосферы играет роль «вирусного» маркетинга – покупатели с удовольствием будут рассказывать родственникам и друзьям о любимившемся продукте.

Маркетинг социальных связей. Инструменты интернет-маркетинга, реализуемые в соцсетях (в чатах, на форумах) дают возможность заинтересовать клиентов через общение и добиться их лояльности к продвигаемому продукту. В совершенстве компания должна иметь группы/аккаунты в нескольких популярных социальных сетях и активно их развивать. Это хорошо окупается, но требует много времени.

Кроме соцсетей, для продвижения применяют онлайн-семинары, коучинги и конференции. Это разрешает собрать в одном месте большое количество новых потенциальных клиентов.

Вирусный маркетинг. Эффективный и быстрый инструмент интернет-маркетинга. Его суть содержится в создании объявления развлекательного характера – видео, картинка-демотиватора, подборки провокационных факторов и т.д. Пользователи распространяют такие объявления с невероятной скоростью, потому что принимают их как развлечение, а не рекламу.

Онлайн-игры. Развитие индустрии онлайн-игр позволяют публиковать объявления, которые имеют вид встроенной рекламы, или размещать элементы торговой марки.

Видеомаркетинг



Инструмент, постоянно набирающий популярность. Доказан и результат рентабельности данного вида. С помощью видео можно любопытно рассказать о своем товаре, не используя длинные описания. Простые в использовании программы дают возможность сформировать видеофайлы на разную тематику любому пользователю, что заметно снижает стоимость видеомаркетинга. Ролик возможно поместить на любом видеосервисе, опубликовать его в сети, переслать электронным письмом.

SMM. Это продвижение в социальных сетях.

Достоинства:

- живая общительная аудитория;
- нет затрат на рекламу в соцсетях;
- возможность быстрой работы с предложениями и замечаниями клиентов;

Недостатки:

- трата большого количества времени;
- высокая конкуренция;
- не всегда целевая аудитория;

Ремаркетинг. Этот инструмент предоставляет возможность несколько раз обратиться с предложениями к людям, которые что-то у вас приобрели, оставили свой почтовый адрес/телефон или просто были на вашем сайте.

Партизанский маркетинг. Молодое направление онлайн-маркетинга, позволяющее продуктивно продвигать бренд с наименьшими финансовыми затратами либо вовсе без них. Данный инструмент интернет-маркетинга в частности привлекателен для молодого бизнеса и компаний, переживающих финансовый кризис. В основном используются следующие способы: сотрудничество с компанией, реклама, проведение эпатажной акции, естественное внедрение товара.

Партнерский маркетинг. Клиент оформляет договорные отношения с другими сайтами, которые в свою очередь, получают вознаграждение за каждого посетителя, осуществленные благодаря его усилиями.

Трудно догадаться, какой инструмент является наиболее эффективным. Это зависит от целей, бюджета, особенностей товара, продолжительности кампании, целевой аудитории и других факторов.



Оптимальный эффект приносит совокупное использование инструментов онлайн-маркетинга. Если один метод не сработает, другой непременно принесет желанный итог. Каждый инструмент дает свои успехи, доведенные к узнаваемости бренда, притягивать немало клиентов и повышению продаж.

Библиографический список

1. Основные инструменты интернет-маркетинга, И. Муныщенко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://thewall.by/osnovnye-instrumenty-internet-marketinga/>
2. Инструменты интернет-маркетинга [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.webcom-academy.by/help/articles/instrumentyi_internet_marketinga.html
3. 10 лучших инструментов интернет-маркетинга, И. Вяхирев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kit.marketing/10-luchshix-instrumentov-internet-marketinga/>
4. Способы продвижения различных типов сайта, под руководством Demis Group [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.marketing.spb.ru/lib-comm/internet/seo&analytics.htm>
5. 7 самых эффективных инструментов интернет-маркетинга, М. Боярская [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://callbackhunter.com/blog/instrumenty-internet-marketinga/>

