Научная статья
Original article
УДК 658.8

ИНСТРУМЕНТЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СОВРЕМЕННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

INTERNET MARKETING TOOLS USED BY MODERN ENTERPRISES

Лазарев Богдан Ярославович, магистрант кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса, Институт экономики и управления НИУ «БелГУ», Белгород, Россия

Lazarev Bogdan Yaroslavovich, Master's student of the Department of International Tourism and Hotel Business, Institute of Economics and Management NRU "BelGU", Belgorod, Russia

Аннотация: данная статья посвящена изучению современных инструментов интернет-маркетинга, которые используются нынешними организациями. Актуальность темы исследования заключается в том, что современные информационные технологии играют важную роль в процессе развития различных сфер жизнедеятельности человека. Одной из важнейших сфер является сфера услуг, так как от степени развитости сферы услуг зависит удовлетворённость потребителей услугами, предоставляемыми организациями. С целью привлечения как можно большего количества клиентов предприятия сферы услуг находятся в постоянном поиске каналов продвижения своих услуг и товаров. В данном случае важно использование инструментов Интернет-маркетинга, которые позволяет на более

качественном уровне проводить исследования внешней и внутренней среды, продвигать предприятие и увеличивать количество прибыли. Интернет является мощной платформой для продвижения продуктов организаций и анализ современных рыночных тенденций. Интернет-маркетинг позволяет организациям охватывать больше сегментов рынка, разрабатывать маркетинговые решения, направленные на формирование имиджа организации. Инструменты Интернет-маркетинга более эффективные в эпоху роста количества пользователей смартфонов как в России, так и в мире. Возможность осуществления веб-аналитики, высокая степень интерактивности, таргетированность делают инструменты Интернет-маркетинга движущей силой развития современного предприятия. При высокой эффективности инструментов Интернет-маркетинга требуется меньшее количество затрат. Также в работе представлено краткое описание современных инструментов Интернет-маркетинга как с точки зрения продвижения, так и с точки зрения аналитики. На основании данных исследования глобального медиа агентства «We are social», были определены наиболее значимые инструменты Интернет-маркетинга, используемые современными предприятиями.

Summary: This article is devoted to the study of modern tools of Internet marketing, which are used by current organizations. The relevance of the topic of the study is that modern information technology plays an important role in the development of various spheres of human activity. One of the most important areas is the service sector, as the degree of development of services depends on customer satisfaction with services provided by organizations. In order to attract as many customers as possible, service providers are constantly looking for ways to promote their services and products. In this case, it is important to use the tools of Internet marketing, which allows a better research of external and internal environment, to promote the company and increase the amount of profits. The Internet is a powerful platform to promote organizations' products and analyze current market trends. Internet marketing allows organizations to reach more market segments, develop

marketing solutions to build an organization's image. Internet marketing tools are more effective in the era of growing number of smartphone users both in Russia and in the world. The ability to perform web analytics, a high degree of interactivity, and targeting make Internet marketing tools a driving force in the development of a modern enterprise. With high efficiency of Internet marketing tools requires less cost. The paper also provides a brief description of modern Internet marketing tools both in terms of promotion and analytics. Based on the study of the global media agency "We are social", the most significant Internet marketing tools used by modern enterprises have been identified.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, предприятия общественного питания, информационные технологии, SMM, продвижение, маркетинг, SEO.

Key words: internet marketing, catering, information technology, SMM, promotion, marketing, SEO.

Становление интернет-маркетинга началось с размещения на веб-сайтах информации о товарах и услугах различных компаний. В дальнейшем интернет-маркетинг преобразился в нечто большее, чем инструмент продвижения товаров и услуг. Он стал включать в себя также торговлю информационным пространством, программными продуктами, бизнес-моделями и различными товарами, и услугами. Благодаря деятельности таких компаний, как Google, Yahoo и MSN, которые предлагали малому и среднему бизнесу услуги по локальной рекламе, рынок интернет-рекламы обрел сегментацию и перешел на новый уровень. Современный интернет-маркетинг характеризуется повышением рентабельности инвестиций и снижением расходов.

Интернет-маркетинг построен, как и традиционный маркетинг, на модели 4P, которая включает в себя следующие составляющие:

- продукт (предприятия должны непрерывно разрабатывать и корректировать ассортимент услуг и товаров таким образом, чтобы он соответствовал потребительскому спросу);

- цена (стоимость должна формироваться на основании принятых ценовых стратегий в организации, соответствовать принципу соответствия качества цене);
- продвижение (продвижение услуг при помощи интернет-технологий, увеличение охвата целевой аудитории, расширение количества каналов сбыта);
- место (создание качественного и эстетически привлекательного места для осуществления продаж услуг и товаров предприятий) [5].

Интернет-маркетинг – это совокупность мероприятий, направленных на продвижение продукта, повышение его востребованности и привлекательности для клиентов.

Интернет-маркетинг применяется на предприятиях с целью:

- продвижения официального сайта, осуществления поисковой оптимизации (в данном случае поисковая оптимизация выступает как средства увеличения количества посещений официального сайта, количества клиентов, роста продаж и повышения узнаваемости организации);
- осуществление профессиональных маркетинговых исследования (исследования рынка, конкурентной среды, потребительского спроса, оценки эффективности различных электронных каналов сбыта для каждого из видов услуг или товаров);
- внедрение определённого дизайнерского решения на официальный сайт организации, осуществление своевременного дополнения или изменения информации в соответствии с потребительским спросом и изменение информации о предприятии;
- площадка для продвижения услуг предприятий, анализа рекламных мероприятий, разработки рекламной стратегии и осуществления контекстной рекламы [4].

Интернет-маркетинг имеет ряд особенностей, которые представлены следующими особенностями:

- интерактивность инструментов (поддержание связи с клиентами,

которые хотят приобрести услуги или товары при помощи чатов, более прозрачная и понятная система отслеживания ситуации и возможность оперативного реагирования на возможные отклонения);

- таргетированность (возможность осуществления продвижения услуг и товаров для конкретной целевой аудитории);
- возможность осуществления веб-аналитики (возможность проведения оценки эффективность электронных каналов сбыта, рассчитывать их привлекательность для целевой аудитории) [2].

Интернет-маркетинг имеет преимущества перед традиционным маркетингом. К данным преимуществам относятся:

- использование меньшего количества затрат;
- возможность общаться с целевой аудиторией напрямую, установить более близкий контакт с большим количеством клиентов вне зависимости от места их расположения;
- интернет-маркетинг демонстрирует четкую статистическую картину эффективности маркетинговой кампании;
- интернет-маркетинг позволяет наиболее полно информировать потенциального потребителя о товаре, а также облегчает доступ к этой информации [5].

Интернет-маркетинг обеспечивает эффективный канал связи между потребителями и организацией, позволяет быстро реагировать на события и изменения в мире, поэтому рекламные кампании, маркетинговые исследования, коммуникация с потребителями осуществляются в ускоренном темпе. Популярность интернет-маркетинг возрастает в связи с увеличением количества пользователей сети Интернет. На рисунке 1 представлены данные о пользователях на 2021 год (рост по сравнению с 2020 годом) [1].



Рисунок 1. Процент и количество пользователей сети Интернет за 2021 г.

Рост количества пользователей влияет на совершенствование инструментов Интернет-маркетинга и востребованность данных инструментов у предприятий.

В таблице 1 представлены наиболее распространённые инструменты Интернет-маркетинга [3].

Таблица 1

Инструменты Интернет-маркетинга

Наименование инструмента	Описание
Лэндинги (посадочные страницы)	сайты, состоящие из одной страницы и дающие их посетителям представление о предлагаемом товаре или услуге, лэндинги используются, чтобы замотивировать потенциального клиента на совершение покупки или регистрацию на сайте.
Веб-аналитика	работа по сбору и анализу сведений о целевой аудитории, о ее действиях и потребностях. Она необходима для оптимизации бизнес-процессов на сайте. Чаще всего работы по веб-аналитике проводятся с применением сервисов Google Analytics и Яндекс.Метрика
e-mail - маркетинг	рассылки на почту клиентов, содержащие рекламное объявление, объединенное с полезной для пользователя товара информацией
SEO (поисковое продвижение)	комплекс мер для вывода сайта на верхние позиции в поисковиках. SEO используется для привлечения большего числа посетителей и повышения количества продаж и состоит из семантического ядра и ключей - наиболее популярных слов и фраз, которыми определяются работа компании, ее товары и услуги, и которые чаще всего вводятся в строки поиска
Контекстная реклама	совпадающие по содержанию с тематикой страниц объявления, размещенные на этих страницах. Наиболее часто ее помещают на тематических сайтах или в поиске по запросам
SMM	размещенная в соцсетях рекламная страница бренда или компании
Таргетированная реклама (ретаргетинг)	объявления, рассчитанные на ту или иную группу потребителей. Такой вид рекламы часто используется для продвижения товаров в соцсетях
Контент-маркетинг	размещение полезного контента на сайте компании, в соцсетях и на сторонних площадках
Нативная реклама	объявления или видео, встроенные в контент страницы

Стоит отметить, что уже на данный момент большое разнообразие эффективных инструментов Интернет-маркетинга, но при этом ежегодно появляются новые каналы сбыта или улучшаются существующие. Если отмечать инструменты не как элементы продвижения, а как элементы аналитики, то стоит выделить такие инструменты:

- Serpstat (составление отчётов по работе сайта (посещаемость, количество кликов), оценка конкурентов);
- SurveyMonkey (сервис для проведения опросов у потребителей);
- OMI (площадка для проведения маркетинговых исследования,

тестирование идей, гипотез, новых продуктов);

- KISS Metrics (сервис оценки поведения потребителей на различных этапах осуществления покупки);
- Roistat (сервис для проведения маркетингового анализа) и другие [4].

Глобальное медиа агентство «We are social» провело исследование по значимости инструментов Интернет-маркетинга. На рисунке 2 представлены результаты исследования [1].

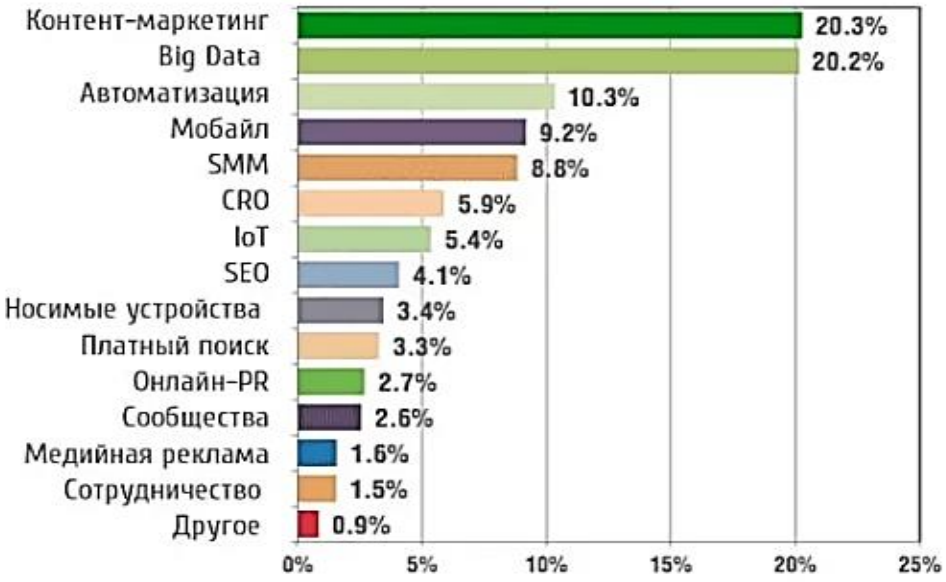

Рисунок 2. Результаты исследования «Самые значимые инструменты Интернет-маркетинга»

Наиболее распространённым инструментом, по результатам исследования, стала контекстная реклама, которая чаще всего используется компаниями в процессе продвижения своих товаров и услуг.

Таким образом, инструменты Интернет-маркетинга играют важную роль в процессе продвижения и развития предприятий. Использование инструментов позволяет охватить больше клиентов, создавать рекламу, направленную исключительно на целевую аудиторию, создавать эффективную систему маркетинговых исследований и осуществлять оценку эффективности рекламных мероприятий, вести веб-аналитику. Низкая стоимость рекламы и высокая эффективность позволили инструментам

Интернет-маркетинга стать востребованными у организаций и перевести их на более новый и качественный путь развития.

Список литературы

1. Исследование глобального медиа агентства «We are social». URL: https://sales-generator.ru/blog/internet-marketing-v-rossii/ (дата обращения: 27.12.2021).
2. Кистенева Н. С., Шмойлова Ю. В. Развитие технологий Интернет-маркетинга в современной телекоммуникационной среде / Н. С. Кистенова, Ю. В. Шмойлова // Актуальные вопросы современной экономики. – 2019. – №1. – С. 122-126.
3. Курипченко Е. В. Современные тенденции развития интернет-маркетинга: стратегии и инструменты / Е. В. Курипченко // Сборник научных работ серии «Экономика». – 2020. – №19. – С. 124-132.
4. Маковеева Е. Н. Влияние различных тенденций на развитие Интернет-маркетинга / Е. Н. Маковеева // Роль и место информационных технологий в современной науке. – 2019. – С. 121-124.
5. Сторожева А. В. Влияние Интернет-маркетинга на развитие предприятия / А. В. Сторожева // Проблемы и перспективы развития России: молодёжный взгляд в будущее. – 2020. – С. 312-315.
6. Соколова Е.А. Использование инструментов цифрового маркетинга на предприятиях общественного питания / Соколова Е.А. // Практический маркетинг. 2019. №5 (267). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-instrumentov-tsifrovogo-marketinga-na-predpriyatiyah-obschestvennogo-pitaniya (дата обращения: 28.12.2021).

Bibliography

1. Research of the global media agency "We are social". URL: https://sales-generator.ru/blog/internet-marketing-v-rossii/ (date of access: 12/27/2021).
2. Kisteneva NS, Shmoilova Yu. V. Development of Internet marketing technologies in the modern telecommunications environment / NS Kistenova,

Yu. V. Shmoilova // Actual problems of modern economics. - 2019. - No. 1. - S. 122-126.

3. Kuripchenko E. V. Modern trends in the development of Internet marketing: strategies and tools / E. V. Kuripchenko // Collection of scientific works of the "Economy" series. - 2020. - No. 19. - S. 124-132.
4. Makoveeva EN Influence of various trends on the development of Internet marketing / EN Makoveeva // The role and place of information technologies in modern science. - 2019 .-- S. 121-124.
5. Storozheva A. V. Influence of Internet marketing on the development of the enterprise / A. V. Storozheva // Problems and prospects of development of Russia: a youth look into the future. - 2020 .-- S. 312-315.
6. Sokolova E.A. Using digital marketing tools at catering enterprises / Sokolova E.A. // Practical marketing. 2019. No. 5 (267). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-instrumentov-tsifrovogo-marketinga-na-predpriyatiyah-obschestvennogo-pitaniya (date of access: 28.12.2021).

© Лазарев Б.Я., 2022 Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей «StudNet» №1/2022

Для цитирования: Лазарев Б.Я., ИНСТРУМЕНТЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ СОВРЕМЕННЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ// Научно-образовательный журнал для студентов и преподавателей «StudNet» №1/2022