

ПЕРЕВАГИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

Умови функціонування сучасної економіки, які характеризуються гострою конкуренцією, вимагають постійної модернізації бізнес-процесів підприємства, використання інноваційних технологій. З розширенням доступу до інтернету став популярним інтернет-маркетинг. Він являє собою невід'ємну частину будь-якої нормальної маркетингової кампанії. Поява з кожним днем усе нових інтернет-магазинів свідчить про ріст інтернет-маркетингу і реклами в споживчому секторі.

Інтернет-маркетинг є складовою електронної комерції. Його також називають online-маркетингом. Він може включати такі частини, як інтернет-інтеграція, інформаційний менеджмент, PR, служба роботи з покупцями та продажу. Електронна комерція та інтернет-маркетинг стали популярними з розширенням доступу до інтернету і являють собою невід'ємну частину будь-якої нормальної маркетингової кампанії.

Інтернет-маркетинг – це новий вид маркетингу, що включає традиційні елементи (товар, розподіл, просування, маркетингові дослідження), реалізовані за допомогою інструментів мережі Інтернет у дистанційному, інтерактивному режимі, і тому забезпечує можливість прискорення, здешевлення та більш якісного здійснення всіх маркетингових процесів.

Сучасні словники визначають онлайн маркетинг як практику використання всіх аспектів і елементів традиційного маркетингу в мережевому просторі. Основне завдання заходів такого роду – отримати максимальний ефект від потенційних користувачів сайту і збільшити їх потік.

Комплексний інтернет-маркетинг застосовує всі можливі канали реклами і просування ресурсів в інтернеті для збільшення відвідуваності сайту і зростання продажів.

Інтернет-маркетинг здійснює значний вплив на бізнес і рекламу, що сильно помітно в сфері послуг і обслуговуванні споживачів. Online-продажі й інтернет-магазини «завойовують» все більше і більше популярності.

Головну зміну інтернет-маркетинг вніс в рекламну індустрію, де інтернет-реклама активно розвивається. Завбачливі рекламодавці активно міняють свої уподобання, і сьогодні інтернет-реклама вже займає значну частку ринку реклами.

Частка реклами в інтернеті вище, ніж реклама на радіо. Зростання торговельних інтернет-майданчиків продовжує рости і розвиватися.

На сьогоднішній день неможливо зустріти відому компанію, яка не проводить рекламу в інтернеті.

Мережеві комунікації характеризуються своєю швидкістю та ефективністю: зробити замовлення через онлайн-маркет можна протягом пари секунд, а способи доставки товару з кожним роком удосконалюються і прискорюються.

Основними перевагами інтернет-маркетингу вважаються:

- швидкість створення і легкість розміщення інформації;
- зниження витрат, пов'язаних з продажами;
- розширення числа потенційних покупців;
- повна всебічна презентація продукції і послуг підприємства без географічних обмежень, на будь-якій мові, в будь-який зручний для споживачів час;
- відкритість інформації про рівень цін конкурентів;
- оптимізація комунікацій зі споживачами, партнерами;
- можливість оперативного аналізу та коригування рекламної кампанії;
- «зручний» бюджет (клієнт сам визначає, скільки грошей готовий витратити).

Щоб розвивати інтернет-маркетинг, необхідно застосовувати такі заходи як підготовка кваліфікованих фахівців з питань організації та розвитку інтернет-маркетингу для окремих організацій, підприємств, а також, залучення дизайнерів та психологів при розробці сайтів, для кращого і позитивного їх сприйняття користувачами.

Інтернет-маркетинг може служити ефективним засобом просування продукції чи послуг, при цьому навіть досить скромний рекламний бюджет гарантує максимальну віддачу. Для поточної економічної ситуації Отже, інтернет-маркетинг – це оптимальний шлях для розвитку малого і середнього бізнесу, адже потребує мінімальних коштів для просування та реклами товару, завоювання нової цільової аудиторії, сегментування ринку, ведення ефективної війни з конкурентами. Інтернет-маркетинг мусить допомогти підприємству не тільки утриматися «на плаву», але й здобути максимальний прибуток, бути лідером на ринку, отримати імідж престижного підприємства. В сучасних умовах жодне підприємство не матиме переваг у конкурентній боротьбі, не використовуючи засоби Інтернет-маркетингу.