

ВПРОВАДЖЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Вінницький національний технічний університет;

Анотація

У роботі розглядається ефективність впливу різноманітних інтернет-маркетингових інструментів на господарську діяльність підприємств. Досліджена доцільність використання інструментів інтернет-маркетингу, їхня важливість в сучасних умовах розвитку маркетингу. Охарактеризовані та розглянуті інструменти маркетингової комунікації в мережі Інтернет. Запропонований змішаний метод використання інструментів Інтернет-маркетингу.

Ключові слова: інтернет-маркетинг, SEO, SMM, контекстна реклама, контент-маркетинг.

Annotation

The work examines the effectiveness of the influence of various Internet marketing tools on the economic activity of enterprises. The expediency of using Internet marketing tools, their importance in the modern conditions of marketing development is studied. The tools of marketing communication on the Internet are characterized and considered. A mixed method of using Internet marketing tools is proposed.

Keywords: internet marketing, SEO, SMM, contextual advertising, content marketing.

Вступ

Актуальність впровадження інструментів інтернет-маркетингу на підприємстві посідає важливе місце в існуванні та функціонуванні сучасного підприємства. Адже саме інтернет-маркетинг є його невід'ємною частиною, що допомагає підприємству шляхом використання різноманітних інструментів збільшувати свій дохід.

Інструменти інтернет-маркетингу представляють собою набір новітніх технологій, котрі налаштовані на допомогу підприємствам у залученні клієнтів та просуванні товарів та послуг. Метою впровадження інструментів інтернет-маркетингу на підприємстві є просування бренду, підвищення лояльності споживачів, збільшення продажів та прибутку підприємства.

Метою роботи є дослідження ефективності впровадження інструментів інтернет-маркетингу на підприємстві.

Результати дослідження

Забезпечення максимальної ефективності впровадження інструментів інтернет-маркетингу на підприємстві відбувається шляхом дослідження інструментів інтернет-маркетингу та їхнього впливу на господарську діяльність підприємства. У сучасній економіці виділяють п'ять основних інструментів інтернет маркетингу (табл. 1).

Таблиця 1 – Дослідження інструментів інтернет-маркетингу

Контекстна реклама	SMM (просування в соціальних мережах)	SEO (пошукове просування сайтів)	Контент-маркетинг	E-mail маркетинг
1	2	3	4	5
Різновид реклами, що базується на змісті сайту. Розміщується на сторінках пошукових систем	Інструмент ведення бізнес-сторінок у соціальних мережах (Facebook Instagram, etc),	Інструмент підняття сайту на лідуючі місця у пошуковій системі. Характеризується доволі тривалим	Базується на інтересах цільової аудиторії, та забезпечує її інтереси якісним контентом.	Інструмент, що дозволяє підтримувати зв'язок із клієнтами шляхом «підігрівання»

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5
Контекстна реклама відрізняється своєю затратністю, проте вона здатна на збільшення трафіку за відносно короткий проміжок часу.	завдяки якому можна ефективно комунікувати та впливати на думки цільової аудиторії для успішного формування бренду.	процесом, проте дає тривалий та стійкий ефект, що дає перспективи. Найважливішим процесом у SEO просуванні є внутрішня оптимізація сайту.	Циклічна періодичність публікацій, чітка стратегія та унікальний контент – основні складові ведення ефективного контент-маркетингу.	інтересів за допомогою поштової розсилки. Інформація може містити вигідні пропозиції, акційні знижки, новини, програми лояльності клієнтів

Окремо експерти виділяють такі інтернет-маркетингові інструменти:

1. Афіліат-маркетинговий інструмент – інтернет-маркетинговий захід, спрямований на просування товарів та послуг через партнерські програми, партнери ж – отримують відсоток за реалізацію товарів та послуг.

2. Краудсорсинговий інструмент – форма інтернет-маркетингового заходу, при якій компанії використовують знання та ідеї широкої аудиторії для вирішення своїх завдань.

3. Таргетинговий інструмент – механізм інтернет-маркетингового заходу що націлений на вибір тільки тієї аудиторії, яка задовільняє поставленим критеріям та показу реклами саме їй.

Після охарактеризації та розгляду інструментів маркетингової комунікації в мережі Інтернет підприємства визначаються із стратегією просування та дотримуються її. Однак попри це, важливим фактором успіху впровадження інтернет-маркетингових комунікацій є використання одразу декількох інструментів задля отримання максимального ефекту. Завдяки змішаному використанню таких інструментів підприємство може отримати за відносно малий проміжок часу швидке поширення інформації з максимально широким охопленням цільової аудиторії. Ще одним плюсом є те, що сучасні статистичні інструменти дозволяють точно відстежувати усі зміни що відбуваються на сайті, аналізувати всі рухи та дії користувачів.

Висновки

Отже, поєднуючи та використовуючи різні інтернет-маркетингові інструменти можна досягти швидкої ефективності впливу на господарську діяльність підприємства, оскільки використання Інтернет-маркетингових заходів скорочує маркетингові витрати та розширює клієнтську базу підприємства. Це в свою чергу дозволить підприємствам спрямовувати свої маркетингові зусилля у вірному напрямку, економлячи час та ресурси.

Таким чином, у сучасних умовах використання різних інструментів інтернет-маркетингу є одним з провідних напрямків залучення споживачів, позиціонування підприємства та встановлення комунікації з наявними споживачами. Активно розвиваючись, цей напрям з кожним роком стає все новітнішим, досконалішим та популярнішим.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Морозов Д.М., Домашенко С.В., Гнездовський О.В. Еволюція інструментів інтернет-маркетингу. Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки)ю 2023, №1(47). С. 92-105.

2. Кузьменко А.В., Третяк Ю.І. Впровадження Інтернет-маркетингу для просування продукції підприємства (на прикладі ТОВ «Барин»). Економіка і суспільство. 2018, №16. С. 389-393.

3. Ус М. І. Інтернет-маркетинг як інструмент маркетингових комунікацій та складник комерційної діяльності підприємства. Економіка і суспільство. 2018, №15. URL : <http://economyandsociety.in.ua>.

Білоконь Тетяна Миколаївна — канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва, логістики та менеджменту, Вінницький національний технічний університет

Іноземцев Андрій Сергійович — студент групи МБА-22м, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: vagositionok@gmail.com.

Bilokon Tetiana M. — Cand. Sc. (Economics), Assistant Professor of Entrepreneurship, Logistics and Management Chair, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia

Inozemtsev Andrii Serhiyovych — student of MBA-22m group, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: vagositionok@gmail.com.