

УДК 339.13

**Семенюк Андрій**

**Semenyuk Andriy**

Науковий керівник: к.е.н., доцент Семенюк С.Б.

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

**ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ ЗБІЛЬШЕННЯ  
ПРОДАЖІВ**

**INTERNET MARKETING AS AN INSTRUMENT FOR IMPROVING  
SALES**

Інтернет-маркетинг тримається на «трьох китах»: SEM, SEO і SMO. Без них розкрутити бізнес в мережі було б набагато складніше.

SEM - Search Engine Marketing (в пер. з англ. «пошуковий маркетинг») - це ряд маркетингових дій, спрямованих на розкрутку порталу. Це найбільш ефективний підхід щодо просування свого сайту в Інтернеті: він поєднує в собі пошукову оптимізацію проекту і контекстну рекламу. Можна сказати, що SEM = SEA + SEO.

SEA - Search Engine Advertising (в пер. з англ. «пошукова реклама») - це так звана контекстна реклама. В рунеті вона представлена Яндекс.Директ і Google AdWords. Переваги SEA: залучення цільової аудиторії, пропозиції компанії видно на сторінках пошукової видачі і на великих тематичних порталах, швидка віддача, гнучке налаштування рекламної кампанії, зручний формат сприйняття, інформативність. Недоліки використання SEA: дорого, адже щоб були відвідувачі, потрібно постійно платити за рекламу; перевитрати бюджету при неправильній рекламній кампанії; рівень довіри користувачів до контекстної реклами знижується; настирливість (рекламні оголошення постійно переслідують клієнта), підходить не для всіх областей.

SEO - Search Engine Optimization (в пер. з англ. «Оптимізація сайту під пошукові машини») - це ряд дій, спрямованих на поліпшення індексації ресурсу. Чим якісніше оцінюють сайт асесори, тим вище він підніметься на сторінці пошукової видачі. SEO включає в себе: оптимізацію коду; роботу з тегами; юзабіліті; поліпшення контенту; кількість посилань. Переваги SEO: довгостроковий ефект; розширення цільової аудиторії; невелика вартість відвідувача; залучення зацікавлених клієнтів; робота із зовнішніми і внутрішніми факторами; створення унікального контенту; оптимізація HTML-коду; підходить всім. Недоліки SEO: тимчасові витрати; високі ціни за просування; ризик втратити позицію у видачі, якщо алгоритми ПС зміняться.

Контекстна реклама швидше підніме продажі. Щоб просунути сайт за допомогою SEO, знадобиться більше часу. Але SEO націлений на довгостроковий ефект, і в цілому для впевнених і стабільних компаній є більш вигідним, ніж SEA. Іноді сайт добре ранжирується по ключових запитах в одній пошуковій системі, і погано - в іншій. Тоді крім SEO просування буде доцільно запуснути SEA-кампанію.

SMO (Social Media Optimization) - роботи, спрямовані на утримання клієнтів, які прийшли на сайт з соціальних мереж і може бути доповненням до комплексного просування. Для просування в соціальних мережах використовують SMM (Social Media Marketing), мета якого просування в соціальних сервісах за допомогою публікацій цікавих матеріалів про фірму в спільнотах, форумах, соцмережах. Суть полягає в постійному спілкуванні з користувачами, прихованій рекламі товарів.

Таким чином, SEA - спосіб ефективний, але без постійних вкладень не втримає сайт в ТОПі. SMO і SMM ще занадто мало вивчені, щоб їм можна було довіряти на 100%. А ось SEO має хорошу репутацію на інтернет-ринку. Вибираючи цей метод, можна бути впевненим, що сайт міцно утвердиться на першій сторінці видачі.