

УДК 339-138

Шкутова О. – ст. гр. БМ-41

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **ІНТЕРНЕТ – МАЙБУТНЄ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ**

Науковий керівник: к.е.н., доцент Зяйлик М.Ф.

Сьогодні важко переоцінити роль Інтернету в маркетингу, так як Всесвітня мережа дає змогу багатьом підприємствам застосовувати мережеві маркетингові комунікації для організації доступу до думок споживачів і, як наслідок, до їхніх гаманців. Практично неможливо на даний момент назвати хоча б одне підприємство у великому місті, котре б не мало доступу до Інтернету. Якщо в офісах раніше головною проблемою, яка забирала вільний час працівників, були ігри, то зараз працівники із зайнятим виглядом можуть весь день провести в Всесвітній мережі, задовольняючи власні інтереси, які аж ніяк не стосуються діяльності організації, витрачаючи при цьому її кошти. Проте попри всі недоліки, сучасний вискооефективний бізнес неможливий без Інтернету. Пошук постачальників, клієнтів, ідей, співробітників, технологій - все це стає доступним в будь-який час і в будь-якому місці Землі. За певних знань і навичок у професіоналів з'являється можливість ефективно впливати на прийняті користувачами Інтернету рішення. Оскільки таких користувачів з кожним днем стає все більше, зростає і область впливу фахівців в новій галузі маркетингу - маркетингу у Всесвітній мережі. Досвід багатомільярдної компанії Google, 98% доходів якої прямо залежить від рекламних надходжень, а також багатьох страхових компаній Франції, які продають 18% полюсів страхування життя через Інтернет свідчить про великі перспективи та високу ефективність даної сфери. Звичайно бум бізнесу в українському Інтернеті ще попереду, але наведені вище приклади показують існуючий потенціал даного каналу збуту – варто його лише реалізувати. Для успішної роботи на цьому доволі новому и перспективному ринку необхідно знати деякі практичні аспекти організації взаємодії з клієнтами:

1. Відкриття веб-сайту - вашого представника в Інтернеті, повноцінного офісу, який при невеликих фінансових затратах дає можливість цілодобово і без вихідних інформувати, консультувати и обслуговувати клієнтів;
2. Реклама в Мережі. Даний ринок є доволі висококонкурентним, що дає можливість рекламодавцю отримати якісний і ексклюзивний товар, який часто є більш ефективним, ніж будь-який інший вид реклами. Найбільш перспективним з «чесних» видів Інтернет-реклами є т.зв. «купівля слів» у пошукових системах. За даними 2009 року обсяг цього ринку в світі склав близько 5 млрд. - досить значна сума, яка вказує на серйозне ставлення рекламодавців до даної технології.
3. PR в Інтернет. Роль PR в Інтернет важко переоцінити. Так, наприклад, за розміщення на Вашому сайті PR-статей з вас ніхто не візьме грошей. А якщо вони виявляться до того ж цікавими, їх із задоволенням (і вигодою для вас) розмістять Інтернет-портали з відвідуваністю, яка відповідає аудиторії друкованих видань.

Крім цього Інтернет дає можливість брати участь у виставках, розміщувати інформацію про підприємство у каталогах і в решті-решт відслідковувати смаки та вподобання споживачів.