

УДК 338.2

**Демків Павло**

**Demkiv Pavlo**

Науковий керівник: к.е.н., викладач вищої категорії І.Б.Чеченюк

*ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі»*

## **ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ**

### **FEATURES OF INTERNET MARKETING**

Інтернет-маркетинг (internet marketing) – це сукупність прийомів в мережі інтернет, спрямованих на привернення уваги до товару чи послуги, популяризацію цього товару або сайту підприємства і його ефективне просування з метою продажу [2].

До методів інтернет-маркетингу відносять: веб-мастеринг (створення і супровід інтернет-ресурсів); інтернет-інтеграція (SEO, SMO); пошуковий маркетинг (SEO); медійна реклама; контекстна реклама (SEA, PPC-реклама) текстова або банерна; e-mail-маркетинг; афіліативний маркетинг; вірусний інтернет-маркетинг; прихований інтернет-маркетинг; інтерактивна реклама; маркетинг в соціальних медіа (SMM); блогінг.

Основними перевагами Інтернет-маркетингу є:

- широкий інформаційний канал, можливість масового звернення до аудиторії;
- таргетинг - це спосіб сегментації користувачів інтернету за певними критеріями (соціально-демографічними, географічними, поведінковими), завдяки чому рекламні повідомлення точніше досягають цільової аудиторії;
- можливість точного і швидкого аналізу реакції аудиторії;
- реактивність - можливість оперативного підлаштування комунікації (оперативне реагування);
- можливість вимірювання ефективності витрачених на інтернет-маркетинг коштів за рахунок пост-аналізу;

- інтерактивність - можливість залучення цільової аудиторії до спілкування.

Комплекс Інтернет-маркетингу має свої особливості:

- товар (product) - те, що продається в інтернеті. Дуже часто інтеактивний інтернет-маркетинг дозволяє просувати, позиціонувати і здійснювати продаж технічно складного продукту;

- ціна (price) - ціна на товар в інтернеті найчастіше є нижчою, ніж на аналогічний товар на реальному ринку за рахунок відсутності витрат на дистрибуцію;

- просування (promotion) - комплекс заходів по просуванні в інтернеті (як самого товару або послуги, так і інформаційного майданчика);

- місце продажу (place) - сайт торгової марки, продукту, підприємства. Необхідно звернути увагу на юзабіліті: зручність користування інтернет-сайтом, зручність здійснення покупки (інтерактивність взаємодії з покупцями до, під час і після продажу), інформаційний сервіс, сервіс з доставки, різноманітність методів оплати [1].

Отже, інтернет-маркетинг являє собою управлінський і соціальний процес, спрямований на задоволення потреб користувачів мережі інтернет в інформації, купівлі (продажу) товарів та послуг.

### **Перелік посилань:**

1. Записки маркетолога – Електронний ресурс – Режим доступу: [http://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_i/internet\\_marketing/](http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_i/internet_marketing/)

2. IT блог про: заробіток в інтернеті, інвестиції, бізнес, трейдинг, сайти та їх просування в пошукових системах – Електронний ресурс – Режим доступу: <https://itstatti.in.ua/internet-marketing/51-shcho-take-internet-marketing-povnij-oglyad-dlya-novachkiv-osnovni-instrumenti-i-strategiji-prosuvannya.html>