

**УДК 338.13**

**С. Семенюк, канд. екон. наук, доцент**

Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя, Україна

## **МОЖЛИВОСТІ ТА ІНСТРУМЕНТИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ**

**S. Semeniuk, Ph.D., Assoc. Prof**

Ivan Puluj Ternopil National Technical University, Ukraine

### **OPPORTUNITIES AND TOOLS OF INTERNET MARKETING**

Успішне ведення бізнесу – це не просто правильний вибір ніші чи наявність високоякісного продукту. Це також і використання оптимальних маркетингових стратегій, націлених на те, щоб охопити цільову аудиторію і перетворити її в потенційних та реальних покупців. Сучасним інструментом в цьому контексті є інтернет-маркетинг, який пропонує можливості для розвитку будь яких компаній. Цей інструмент набирає все більше популярності, адже 85% покупців перед здійсненням покупки досліджують товар онлайн шляхом пошуку інформації про нього, його переваги і недоліки.

Аналіз трендів 2022 року свідчить про те, що відбувається ріст популярності соціальних мереж (число користувачів соціальних мереж за останній рік зросло на 13%, причому на початок 2022 року їх загальна кількість досягла майже пів мільярда нових користувачів). Мобільні телефони стали «першим» екраном. Середній користувач Інтернету тепер витрачає приблизно 7% більше часу, користуючись підключеними послугами на своєму телефоні.

Практично всі фірми сьогодні контактують із своїми споживачами через Інтернет або з допомогою сайту, сторінок в соціальних мережах та ін. Однак навіть створивши мережевий ресурс і наповнивши його цікавим контентом, компанія не завжди зможе забезпечити для себе автоматичне збільшення продажів і зростання попиту та популярності серед споживачів. Для цього необхідно цілеспрямована робота з сайтом чи сторінками в соцмережах для їх розкрутки та просування. А це і є завданням інтернет-маркетингу.

Сучасні трактування інтернет-маркетингу визначають його як практику використання всіх аспектів і елементів традиційного маркетингу в мережевому просторі. Основним завданням в цьому контексті є отримання максимального ефекту від потенційних користувачів сайту і збільшити їх конверсію. Таким чином, інтернет-маркетинг використовує всі можливі канали реклами і просування в Інтернеті не тільки для збільшення відвідування сайту чи сторінок соціальних мереж, але основне – це зростання обсягів продажів.

Ефективний інтернет-маркетинг, як і традиційний, включає такі елементи:

1. Продукт (товар), при цьому важливо пам'ятати, що товари, які реалізуються через мережеві ресурси, повинні бути якісні і вирізнятися унікальними властивостями, щоб ефективно конкурувати з іншими.

2. Ціна: тут варто пам'ятати, що споживач очікує цін в Інтернет-магазині менших, ніж в традиційному магазині.

3. Збут через точки продажу, якими є сайт та платформи сторінок в соціальних мережах. Тут варто пам'ятати, що ці функціональні ресурси повинні мати оригінальний дизайн, якісну навігацію, юзабіліті вищого рівня.

4. Просування: включає багаторівневу розкрутку як самого сайту, так і окремих товарів. Цей елемент містить інструменти SEO, інтерактивну та банерну рекламу, роботу в соціальних мережах і блогах та ін.

Стратегія інтернет-маркетингу передбачає поетапну роботу над визначенням потреб цільової аудиторії, створенням та просуванням контенту, залученням відвідувачів для активних процесів купівлі товарів. Серед переваг інтернет-маркетингу можна виділити такі:

1. Інформативність. Споживач отримує максимум інформації про товари чи послуги, які його цікавлять. З боку компанії ця інформація повинна відображати і унікальні характеристики та конкурентні переваги.

2. Висока результативність у порівнянні з традиційним маркетингом. Просування товарів чи послуг в мережі Інтернет відбувається за принципом, коли споживач сам шукає для себе товари і через рекламу втягується в процес купівлі.

3. Велике охоплення цільової аудиторії. Кількість споживачів конкретного товару в Інтернеті нічим не обмежена, адже замовлення може здійснити будь хто і з будь якої точки планети.

Основними інструментами інтернет-маркетингу є:

- контекстна реклама, яка розглядається як різновид мережевої реклами, у якій рекламне оголошення з'являється у відповідності до контенту сторінки. Контент-маркетинг – комплекс заходів щодо оптимізації змісту сайту та підбір відповідної реклами;

- банерна реклама: передбачає формування стійкої асоціації конкретного бренду із певними товарами чи послугами. Варто зауважити, що однією із цілей інтернет-маркетингу є підвищення впізнаваності бренду, формування його іміджу;

- e-mail-розсилка: є перевіреним та ефективним інструментом інтернет-маркетингу, і дозволяє встановити довірчі відносини між замовниками та клієнтами;

- SEO-оптимізація – це комплекс дій над сайтом, спрямованим на покращення позицій видачі сайту у популярних пошукових системах (наприклад, Google).

- реклама в соціальних мережах, що надає широкі можливості для спілкування, обговорення, консультацій з клієнтами, а також продемонструвати переваги товарів чи послуг, завантаживши фото чи відео і т.і;

- арбітраж трафіку – це купівля та продаж трафіку (потоків відвідувачів конкретного ресурсу) за більш вигідною вартістю. Цей інструмент досить прибутковий, проте пов'язаний із ризиком, оскільки можна витратити рекламний бюджет і не отримати бажаної рентабельності.

Зазначені інструменти інтернет-маркетингу дозволяють вивчити шлях споживача від першого знайомства з компанією до замовлення товарів чи послуг. Завдяки правильному їх застосуванню можна суттєво збільшити прибутки компанії.

Таким чином, цілі інтернет-маркетингу – налагодити комунікацію з клієнтами онлайн, привернути увагу більшої кількості користувачів та підвищити впізнаваність бренду. Серед його основних переваг – це інтерактивність, що дозволяє налагодити прямий контакт з клієнтом і періодично нагадувати про себе та цілеспрямованість, як спосіб взаємодії з конкретною аудиторією. Крім цього, є можливості аналізувати дії компанії та їх корегувати в процесі роботи.

## Література

1. Фалович В.А. Комунікації підприємств в інтернеті: тренди і напрями розвитку. Вісник ОНУ ім. І.І.Мечникова. 2018. Т.23. Вип. 1 (66). URL: [http://liber.onu.edu.ua/pdf/visn\\_econom\\_23\\_1\(66\).pdf](http://liber.onu.edu.ua/pdf/visn_econom_23_1(66).pdf)

2. Швець М. Що таке інтернет-маркетинг. Блог IT Stalli. URL: <https://itstatti.in.ua/internet-marketing/51-shcho-take-internet-marketing-povnij-oglyad-dlya-novachkiv-osnovni-instrumenti-i-strategiji-prosuvannya.html>