

УДК 339.138

**ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ И ИНСТРУМЕНТЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА
ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА****Е.Ю. САВИНА***(Представлено: канд. экон. наук, доц. Е.П. ЛИСИЧЕНОК)*

Обоснована необходимость использования инструментов интернет-маркетинга в брендинге. Изучены сущность, основные цели и задачи интернет-маркетинга. Представлены наиболее распространённые инструменты интернет-маркетинга, которые могут быть использованы в создании и продвижении бренда.

На сегодняшний день использование технологий интернет-маркетинга в брендинге является неотъемлемой частью деятельности любой организации, поскольку именно они в современных экономических условиях выступают эффективным каналом маркетинговых коммуникаций с потребителем. Для развития успешного бизнеса и его бренда в эпоху технологий от компаний требуется осознание значимости Интернета и высоких технологий в развитии их бизнеса [1]. Интернет-маркетинг популяризирует бренд, превращает пользователей в покупателей и заказчиков, повышает продажи и прибыль компании. Также можно сказать, что Интернет-маркетинг является реальным способом донесения до потребителя информации, которая нуждается в распространении среди потенциальных потребителей. Таким образом использование инструментов интернет-маркетинга при продвижении брендов становится особенно важным в современных условиях.

Актуальность интернет-маркетинга определяется тем, что с каждым годом доля пользователей Сети и растёт, реклама в интернете набирает популярность. По результатам исследования креативного агентства We Are Social, в 2022 году среднестатистический пользователь проводил в интернете, приложениях, соцсетях почти семь часов в день, то есть более 40% своей бодрствующей жизни [2].

Интернет-маркетинг – это комплекс методик и инструментов для продвижения товаров и услуг в интернете с целью привлечения максимального числа целевой аудитории, а также повышения популярности бренда в сети.

Интернет-маркетинг, как и традиционный, построен на модели 4P, которая включает в себя следующие составляющие [3]:

- продукт (ассортимент товаров и услуг должен непрерывно дорабатываться и корректироваться, чтобы соответствовать потребительскому спросу);
- цена (стоимость должна формироваться на основании принятых ценовых стратегий в организации, соответствовать принципу соответствия качества цене);
- продвижение (продвижение услуг с помощью современных технологий, увеличение охвата целевой аудитории, расширение количества каналов сбыта);
- место (создание качественного и эстетически привлекательного места для осуществления продаж товаров и услуг).

Интернет-маркетинг применяется с целью [4].

- 1) продвижения официального сайта, осуществления поисковой оптимизации (поисковая оптимизация выступает как средство для увеличения количества посещений официального сайта, количества клиентов, роста продаж и повышения узнаваемости бренда);
- 2) осуществления маркетинговых исследований;
- 3) внедрения определённого дизайнерского решения на официальный сайт, осуществления своевременного дополнения или изменения информации в соответствии с потребительским спросом и изменение информации о бренде;
- 4) площадки для продвижения услуг организаций, анализа рекламных мероприятий, разработки рекламной стратегии и осуществления контекстной рекламы.

Основные задачи интернет-маркетинга [5]:

1. Изучение рынка, аналитика.

Интернет позволяет оценить конкуренцию, изучить и сегментировать аудиторию, проанализировать ее потребности, поведение. Информация о потребителях необходима на всех этапах: от разработки продукта до тестирования рекламных креативов. Аналитика полезна при расчете цены, разработке стратегии продвижения, а также при выборе упаковки.

2. Разработка новых продуктов, улучшение существующих.

Успешный продукт – тот, который закрывает потребности, создаётся с учетом потребительских ожиданий и тестируется с участием целевой аудитории.

3. Разработка стратегии продвижения товара: изучение аудитории, выбор и тестирование каналов и креативов

Бизнес размещает информацию о своем продукте там, где ее заметит целевой потребитель, где она будет лояльно воспринята и эффективна.

4. Продвижение: настройка рекламы, работа с соцсетями, Email-рассылками, контентом, оптимизация сайта.

5. Удержание и возврат покупателей и клиентов, работа с аудиторией.

6. Поиск и тестирование новых рынков, каналов рекламы и сбыта.

Интернет-маркетинг обеспечивает эффективный канал связи между производителями и потребителями, позволяет быстро реагировать на события и изменения в мире, поэтому маркетинговые исследования, рекламные кампании, коммуникации с клиентами осуществляются в ускоренном темпе.

Рост количества пользователей сети влияет на модернизацию инструментов интернет-маркетинга и востребованность этих инструментов у организаций. К наиболее распространённым инструментам интернет-маркетинга можно отнести [6]:

1. Лендинги (посадочные страницы). Это сайты, состоящие из одной страницы и дающие их посетителям представление о предлагаемом товаре или услуге. Лендинги используются для того, чтобы замотивировать потенциального клиента на совершение покупки или регистрацию на сайте.

2. Веб-аналитика. Представляет собой работу по сбору и анализу сведений о целевой аудитории, о её действиях и потребностях. Она необходима для оптимизации бизнес-процессов на сайте. Чаще всего работы по веб-аналитике проводятся с применением сервисов Google Analytics Яндекс.Метрика.

3. E-mail-маркетинг. Это рассылки на почту клиентов, содержащие рекламное объявление, объединённое с полезной информацией для пользователя товара.

4. SEO (поисковое продвижение). Комплекс мер для вывода сайта на верхние позиции в поисковиках. SEO используется для привлечения большего числа посетителей и повышения количества продаж и состоит из систематического ядра ключей – наиболее популярных слов и фраз, которыми определяются работа компании, её товары и услуги, и которые чаще всего вводятся в строки поиска.

5. Контекстная реклама. Это совпадающие по содержанию с тематикой страниц объявления, размещённые на этих страницах. Чаще всего её помещают на тематических сайтах или в поиске по запросам.

6. SMM. Размещённая в соцсетях рекламная страница бренда или компании.

7. Таргетированная реклама (таргетинг). Представляет собой объявления, рассчитанные на ту или иную группу потребителей. Такой вид рекламы часто используется для продвижения товаров в соцсетях.

8. Контент-реклама. Размещение полезного контента на сайте компании, в соцсетях и на сторонних площадках.

9. Нативная реклама. Объявления или видео, встроенные в контент страницы.

Использование данных инструментов интернет-маркетинга в брендинге позволит организации обеспечить дополнительные преимущества в виде формирования положительного имиджа или повышения лояльности потребителей. Результаты исследования позволят автору далее рассмотреть особенности использования данных инструментов интернет-маркетинга для продвижения конкретных брендов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Синёва, М. В. Построение стратегии при продвижении бренда в современном киберпространстве с применением инструментов интернет-маркетинга / М. В. Синёва, Н. Л. Антонова // StudNet. – 2021. – № 4 (6). – С. 1224-1232.
2. Global Digital 2022: ежегодный отчёт об интернете и социальных сетях [Электронный ресурс] // Sostav.ru/. – Режим доступа: <https://www.sostav.ru/publication/we-are-social-i-hootsuite-52472.html>. – Дата доступа: 01.10.2023.
3. Сторожева, А. В. Влияние интернет-маркетинга на развитие предприятия / А. В. Сторожева // Проблемы и перспективы развития: молодёжный взгляд на будущее: сборник научных статей 3-й Всероссийской научной конференции. – Курск, 2020. – С. 312-315.
4. Маковеева, Е. Н. Влияние различных тенденций на развитие интернет - маркетинга / Е. Н. Маковеева // Роль и место информационных технологий в современной науке: сборник статей Международной научно-практической конференции, Самара, 17 января 2019 года. – Самара: Общество с ограниченной ответственностью «ОМЕГА САЙНС», 2019. – С. 121-124.
5. Что такое интернет-маркетинг? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pixelplus.ru/samostoyate/ino/stati/marketing/chto-takoe-internet-marketing.html>. – Дата доступа: 01.10.2023.
6. Основные инструменты интернет-маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ziex.by/blog/osnovnye-instrumenty-internet-marketinga>. – Дата доступа: 12.10.2023.