

## **Актуальность Интернет-маркетинга** **Тананеева В. Д.**

*Тананеева Валерия Дмитриевна / Tananeeva Valeria Dmitrievna – студент,  
факультет инновации и организации производства,  
Южно-Российский государственный политехнический университет, г. Новочеркасск*

**Аннотация:** *в статье подняты важные вопросы, касающиеся интернет-маркетинга и его применения в современных реалиях для продажи и продвижения товаров и услуг, а также для всевозможных интернет-исследований.*

**Ключевые слова:** *интернет-маркетинг, информационное пространство, информация, коммуникативные функции.*

Интернет-маркетинг впервые появился в начале 1990-х годов. Сейчас интернет-маркетинг - это нечто большее, чем продажа информационных продуктов. Идет торговля информационным пространством, бизнес-моделями и другими товарами и услугами. Например, такие компании, как Google и Yahoo предлагают малому и среднему бизнесу услуги по локальной рекламе. Такой тип маркетинга позволяет любому, у кого есть идея, товар или услуга достичь максимально широкой аудитории, позволяет расширить деятельность компании до национального и международного рынка. Маленькие компании получают шанс в борьбе за рынок наравне с большими, так как вход на рынок не требует больших затрат [1].

Интернет-маркетинг использует стратегии маркетинга прямого отклика, которые традиционно используются при почтовых рассылках, телевизионных и радио рекламных роликах, только здесь они применяются к бизнес пространству в Интернете.

Одним из основных свойств среды Интернета является ее гипермедийная природа, которая характеризуется высокой эффективностью в представлении и усвоении информации, что значительно повышает возможности маркетинга в усилении взаимосвязи предприятий и потребителей.

Кроме того, роль, выполняемая Интернетом, не ограничивается только коммуникативными функциями, а также включает в себя возможность заключения сделок, совершение покупок и проведение платежей, придавая ему черты глобального электронного рынка. Важно, что интернет-маркетинг предоставляет возможность получить любую информацию о товарах. Но если потенциальный потребитель не найдет интересующей его информации, то он, скорее всего, приобретет товар у конкурента [2].

Данная схема иллюстрирует возможности использования Интернета в системе маркетинга современного предприятия.

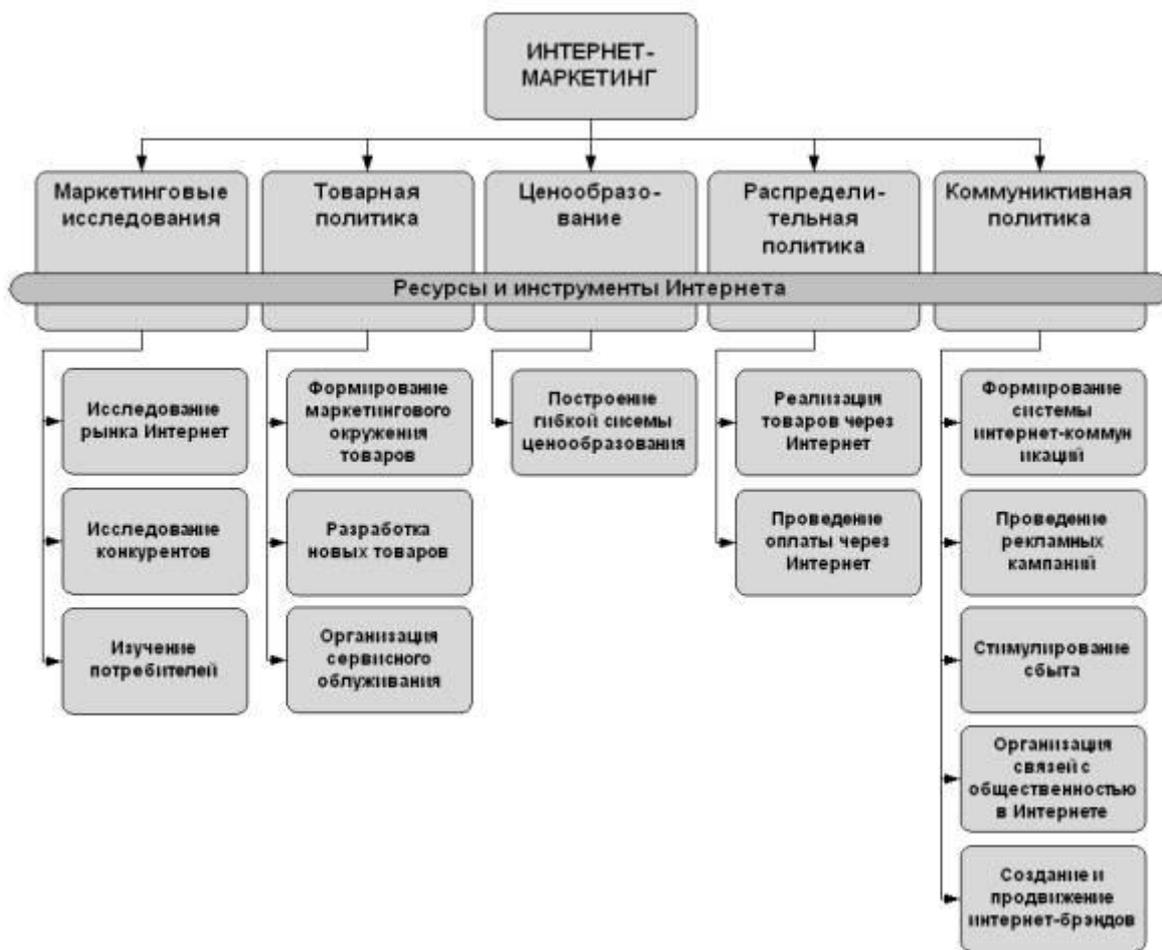


Рис. 1. Схема возможностей использования Интернета

Интернет-маркетинг позволяет компании экономить деньги на рекламе и на персонале, который занимается продажами. Важным является и то, что с помощью интернет-маркетинга можно проследить эффективность кампании [3].

Сегодня более 4/5 всего населения России являются пользователями Сети, для получения информации они используют поисковые системы (Яндекс, Google, Рамблер и т. д.), форумы и социальные сети — т. е. с выходом в Интернет перед вами открываются необходимые площадки с нужной вам целевой аудиторией. Это также является большим плюсом.

Интернет-маркетинг растет очень быстро, становится все более популярным, продвижение сайтов в Интернете становится одним из важнейших инструментов развития бизнеса. Цифры свидетельствуют: если в 2009 году объем рынка составлял порядка 150 млрд. рублей, то в 2015-м он равен уже примерно четверти триллиона! Растет и доля пользователей Сети, осуществляющих выбор и заказ товара онлайн — сегодня она составляет примерно четверть всей аудитории Рунета [4]. Закономерно, что и все большее число сегментов рынка отдают предпочтение интернет-рекламе как наиболее действенному продвижению бизнеса. Сегодня глобальной паутиной охвачены практически все сферы рынка — от крупных производителей до компаний из сферы малого бизнеса и ИП. В среднем каждый десятый рубль, затрачиваемый на рекламу, идет сегодня на раскрутку компании в Сети.

Все это свидетельствует об актуальности использования интернет-маркетинга в наши дни.

### Литература

1. Успенский И. В. Интернет-маркетинг – 2008. [Электронный ресурс]: Маркетинг в сети. Режим доступа: <http://www.aup.ru>, свободный. Загл. с экрана.
2. Консалтинговое агентство Webprofi. [Электронный ресурс]: Оптимизация рекламы. Режим доступа: <http://webprofiters.ru>, свободный. Загл. с экрана.
3. Forbes [Электронный ресурс] / Как повысить продажи при помощи социальных сетей. Режим доступа: <http://www.forbes.ru/svoi-biznes/marketing/76771-kak-povysit-prodazhi-pri-pomoshchi-sotsialnyh-setei>, свободный. Загл. с экрана.

4. Forbes. [Электронный ресурс]: Как правильно использовать социальные медиа для развития своего бизнеса. Режим доступа: <http://www.forbes.ru/svoi-biznes/marketing/72682-10-mifov-o-sotsialnyh-setyah-spravochnik-i-plan-deistvii-dlya-predprinimc>свободный. Загл. с экрана.