

РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

Интернет-маркетинг – это практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, затрагивающая основные элементы маркетинг-микса: цена, продукт, место продаж и продвижение. Основной целью интернет-маркетинга является – получение максимального эффекта от потенциальной аудитории сайта¹.

В настоящее время трудно найти крупное индустриальное предприятие, которое не продвигает себя в сети. У Интернета есть огромные преимущества, которые окупают любые сложности работы с интернет-маркетингом. К ним можно отнести:

- дешевизну продолжительной коммуникации (в оффлайне приходится оплачивать множество различных расходов, а в Интернете все расходы – это хостинг, серверы и их администрирование);

- доступность целевых групп (исследования показывают что, аудитория Интернета начинает постепенно отказываться от других источников получения информации);

- скорость получения отклика (скорость коммуникации через Интернет очень высока, ответ на электронное письмо можно получить уже через несколько минут, на телефонные разговоры и на личные встречи тратится гораздо больше времени, чем на электронные письма).

Сегодня интернет-маркетинг развивается высокими темпами, завоевывая все большую популярность не только у представителей бизнеса, но и у обычных пользователей, которые хотят сделать свой сайт или блог посещаемым и востребованным. В свете сказанного, интернет-маркетинг в нашей стране начал активно развиваться в различных сферах экономики. Вместе с тем, чтобы еще более успешно развивать интернет-маркетинг в Беларуси, необходимо решить следующие проблемы:

- подготовить определенное количество профессиональных интернет-маркетологов, которые хорошо владеют спецификой белорусского рынка;

- обеспечить активное развитие малого бизнеса в данной сфере;

- совершенствовать законодательство в сфере оказания интернет-услуг.

К примеру, видеореклама продолжает набирать популярность в сети. Ежедневно пользователи Facebook и других сайтов просматривают 800 млрд видео. Для развития компании необходимо создавать интересный коммерческий видео-материал². Глобальные тенденции на ближайшие годы – мультиканальное продвижение в сети «Интернет». Так проекты, использующие в своей стратегии только сайт, значительно проигрывают конкурентам с развитой сетью медиаканалов.

Популярность набирают такие онлайн-мероприятия, как вебинары и сторителлинг. Сторителлинг предполагает продвижение не бренда, а истории (идеи) связанной с ним³. Задача маркетологов Беларуси – осваивать новые методы, анализируя опыт зарубежных компаний в области интернет-маркетинга, а также разрабатывать и совершенствовать методы маркетинга в сети.

¹ Голик В. С. Использование интернет-маркетинга. Экономика глазами молодых : материалы II Международного экономического форума молодых ученых, Вилейка, 29–31 мая 2009 г. / редкол. : Г. А. Короленок [и др.]. – Минск : БГЭУ, 2009.

² Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 240 с.

³ Стелзнер М. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 288 с.