



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ В МАРКЕТИНГЕ

ПРЕЗЕНТАЦИЮ ПОДГОТОВИЛА УЧЕНИЦА 11 «А» КЛАССА
СОРОКИНА АНАСТАСИЯ

СОДЕРЖАНИЕ

- ПОНЯТИЕ “ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ”
- СТРАТЕГИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА
- ЦЕЛИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА
- ДОСТОИНСТВА ИНТЕРНЕТА В МАРКЕТИНГЕ
- НЕДОСТАТКИ ИНТЕРНЕТА В МАРКЕТИНГЕ
- СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ - ЭТО



Интернет-маркетинг (от англ. internet marketing) – это комплекс всевозможных методик, процессов, действий, которые используются в интернете для привлечения максимального числа потенциальных покупателей товара или услуги. В дальнейшем эти клиенты сформируют целевую аудиторию, с которой работают маркетологи.

СТРАТЕГИЯ ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГА

Стратегия интернет-маркетинга — это комплекс запланированных действий для достижения бизнес-целей. Пошаговый план реализуют согласно установленному графику с помощью наиболее подходящих онлайн-каналов, чтобы увеличить доход, повысить узнаваемость компании и улучшить взаимоотношения с аудиторией.



ДОСТОИНСТВА ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

- Возможность купить товар в интернет-магазине, оформив заказ прямо с компьютера.
- Относительно низкая стоимость товара получается из-за того, что реклама в Мировой Паутине стоит намного дешевле, чем на телевидении, причём её изготовление также обходится намного дешевле, чем любого другого вида рекламы.
- Надёжность контакта. Подмечено, что «индекс внимания» на телевидении составляет всего 5-8%, в СМИ – 10-15%, а вот в интернете – 40%. Если же брать специализированные сайты, то на них этот показатель почти равен 100%.
- Психологический комфорт личности покупателя заключается в том, что о товаре он без всякого психологического давления продавца может составить собственное представление.
- Благодаря возможности в любой момент включить обратную связь можно получить дополнительную уточняющую информацию.
- Благодаря гибкости маркетинговой политики её можно во время работы быстро изменить без лишних затрат.
- Можно быстрее реагировать на изменения обстановки на рынке: менять цены, ассортимент, описания товаров и услуг.
- Анализируя реакцию клиентов на различные предложения, можно собирать данные об их потребностях и моментально вносить исправления в рекламу.
- Отсутствие затрат на распространение и доставку информации.

Совокупность этих факторов подталкивает потенциальных покупателей к сотрудничеству и повторным посещениям интернет-магазина

НЕДОСТАТКИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

- В интернет-маркетинге не только невозможно гарантировать быстрой отдачи, но даже и спрогнозировать результат очень сложно. Работа интернет-маркетолога, заключающаяся в [продвижении бренда](#), является достаточно непростым и длительным процессом.
- Скорость отдачи здесь также не слишком высока, она не сравнится со скоростью отдачи от контекстной рекламы. Интернет-маркетинг настроен на долгосрочную перспективу, со становлением и развитием бренда, постепенным ростом клиентского доверия.
- При интернет-маркетинге есть и затраты, как и в любом предприятии, где сначала приходится вкладывать средства, а позднее получать прибыль. Направлений расходов множество: площадки, персонал, социальные сети, гипотезы. Поэтому нужно сразу занести в баланс в качестве затратной позиции вложения в интернет-маркетинг. Среди маркетологов есть мнение, что для того, чтобы рассчитывать на гарантированный результат, нужно каждый месяц вкладывать в маркетинг минимум 10% дохода.
- Ограниченность численности аудитории. Пока ещё далеко не все люди делают через интернет свои покупки, а лишь малый процент покупателей. Впрочем, он постоянно растёт.
- Огромные масштабы Всемирной паутины, которая завалена настоящим мусором, среди которого далеко не просто отыскать необходимую и полезную информацию.
- Системный недостаток – виртуальность товара, который нельзя ни проверить руками, ни просто потрогать. Для его решения делаются попытки размещения качественных видеороликов и фотографий объекта продажи со всевозможных ракурсов, но их не может быть бесконечно много.
- Заметный дефицит хороших специалистов в области интернет-маркетинга вызывает плохое качество предоставляемых ими услуг. Причина такого положения в российском сегменте интернета состоит в недостатке здесь реальных денег, которые часто заменяются бесплатным предоставлением услуг или бартером. Хотя ситуация медленно меняется.
- Использование интернет-ресурсов до сих пор связано с долей опасности разглашения персональных данных или взлома платёжных систем.

ЛИТЕРАТУРЫ

- [HTTPS://ALENASHEFINA.COM/INTERNET-MARKETING-POLNYJ-SBORNIK-PRAKTICHESKIX-INSTRUMENTOV/](https://alenashefina.com/internet-marketing-polnyj-sbornik-prakticheskix-instrumentov/)
- [HTTPS://NEIROS.RU/BLOG/MARKETING/INTERNET-MARKETING-CHTO-ETO-TAKOE-I-KAK-UVELICHIT-ONLAYN-PRODAZHI/](https://neiros.ru/blog/marketing/internet-marketing-chto-eto-takoe-i-kak-uvlichit-onlayn-prodazhi/)
- [HTTPS://SENDPULSE.COM/RU/SUPPORT/GLOSSARY/DIGITAL-MARKETING-STRATEGY](https://sendpulse.com/ru/support/glossary/digital-marketing-strategy)
- [HTTPS://RU.WIKIPEDIA.ORG/WIKI/ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ](https://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет-маркетинг)