

С.П. Дорошенко (6 курс, каф. МБ), А.А. Миролюбов, к.э.н., доц.

ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТОВ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

В настоящее время Интернет бурно развивается, и все большее число компаний стремится представить себя и свою продукцию в сети. Это делается посредством создания собственной страницы в Интернет или, другими словами, web-сайта. Благодаря сайту компания может решить большое число стоящих перед ней маркетинговых задач. Приведем лишь некоторые из них: продвижение товаров и услуг, увеличение клиентской и партнерской базы, оформление заказов и осуществление продаж через Интернет, информационная поддержка клиентов, формирование постоянной аудитории сайта и вовлечение ее в активную жизнь компании и т.д. Но для повышения маркетинговой эффективности сайт нуждается в рекламе и продвижении, причем методы рекламы в виртуальном пространстве Интернета будут отличаться от принятых в торговой практике.

Стандартная методика продвижения сайта в сети Интернет может быть сформулирована следующим образом. В первую очередь необходимо проинформировать потенциальных потребителей и партнеров об открытии нового сайта. С этой целью используются новостные рассылки и обзоры Сети. В случае благоприятного стечения обстоятельств о сайте узнают до 100 тысяч подписчиков рассылок и обзоров. Также можно поместить информацию о сайте на различных досках объявлений, а также участвовать в проводимых в сети форумах и конференциях, посвященных определенной тематике. Следующим шагом должна быть регистрация сайта в тематических каталогах и поисковых системах. Это обеспечит ему стабильную посещаемость, но произойдет это не сразу, а через два-три месяца. Дополнительный приток посетителей может дать и обмен ссылками с сайтами, предлагающими товары или услуги, дополняющие продукцию компании. Следующим шагом, логично вытекающим из предыдущего, является баннерная реклама. Баннер – это графическое изображение рекламного характера, являющееся ссылкой на рекламируемый ею сайт. Компании, желающие участвовать в этом виде сетевой рекламы, объединяются в баннерные сети. При правильном отборе сайтов, на которых будет показываться баннер компании, и при высокой привлекательности для посетителя самого баннера, этот вид сетевой рекламы может быть весьма эффективным. Наконец, для рекламы сайта компании, а, следовательно, и предлагаемых на нем товаров и услуг, могут использоваться и общепринятые в рекламном деле методы. Например, размещение рекламы в тематических печатных изданиях, но с обязательным указанием ссылки на сайт и, по возможности, кратким его описанием.

Очевидно, что необходимо постоянно отслеживать коммуникативную эффективность проводимых в сети рекламных мероприятий, как это делается при проведении рекламных кампаний вне Интернета. Одним из основных показателей эффективной работы сайта является количество посетителей в течение определенного периода времени. С этой целью на первую страницу сайта устанавливается специальный код счетчика, который регистрирует и подсчитывает посещения данной страницы. Как правило, такие счетчики включаются в комплекс предоставляемых Интернет-провайдером услуг. Также можно воспользоваться специальными сервисами, предоставляемыми системами сбора Интернет-статистики. Они позволяют не только подсчитать количество посетителей, но и определить их географическую принадлежность, ключевые слова, используемые ими для поиска, страницы, которые привели посетителей на сайт, и другую полезную информацию. На основе этой информации и оценивается эффективность проводимых мероприятий, а также строится план будущей рекламной кампании.

За последние несколько лет спектр предоставляемых Интернет-услуг сильно расширился. Это происходит вследствие увеличения требований, предъявляемых

заказчиками Интернет-агентствам. Теперь компании уже не хотят сделать себе просто сайт, являющийся их своеобразной визитной карточкой в сети. Они хотят перенести в Интернет часть своих бизнес-процессов, для чего требуется гораздо больше, чем просто создание сайта. Требуется всесторонняя поддержка со стороны профессиональных Интернет-агентств, оказывающих весь спектр услуг от создания и размещения сайта в сети до его продвижения и дальнейшего информационного обновления. Будущее именно за такими компаниями.