

А.Ю. Спивак (5 курс, кафедра МБ), О.С. Журавлева, ст. преп.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИСПОЛЬЗОВАНИЮ СЕТИ ИНТЕРНЕТ ДЛЯ КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В КОМПЛЕКСЕ МАРКЕТИНГА

Стоит предложить конкретные рекомендации для проведения маркетинговых мероприятий в сети Интернет.

Мы рассмотрели различные мероприятия в сети Интернет и считаем необходимым структурировать эти данные в виде развернутого и конкретизированного материала по проведению комплекса маркетинговых стратегий для коммерческих организаций в сфере Интернет-услуг.

Если коммерческая организация решила проводить маркетинговые мероприятия в сети Интернет, то первое, что ей необходимо сделать, это создать свой Web-сервер с полным инструментарием, который может решить все задачи, которые могут возникнуть не только сегодня, но и в будущем.

Таковыми задачами являются:

- Создание качественного двух- (трех-) уровневого дизайна, который не придется переделывать из-за каких-либо дополнений в структуру или интерфейс сервера. Создание структуры и интерфейса сервера. Использование всех технологий Интернет: звук, анимация, флэш и т.д.
- Наполнение сервера информацией. Создание базы данных с возможностью изменения данных в реальном времени.
- Необходимо предусмотреть программные методы оплаты (генерация платежки, оплата по банковской карте и т.д.).

Для того, чтобы посетители приходили повторно, информация должна постоянно обновляться и быть актуальной в реальном времени. Для этого необходимо оперативно реагировать на внешние изменения и размещать новую информацию в короткие сроки. Лучше всего, если у коммерческой организации есть свой Web-мастер, умеющий работать с сервером. В таком случае имеет смысл создать раздел «новости» и постоянно его обновлять, поддерживать и обновлять информацию, содержащуюся в базе данных (например, прайс-лист), сделать свой список рассылки. Это приведет к заинтересованности пользователей и увеличит круг посетителей, сохраняя пришедших посетителей и привлекая новых.

После создания сервера необходимо зарегистрировать сервер во всех поисковых машинах, каталогах и рейтингах мира, что поднимет посещаемость сервера организации (гарантированно 10 человек в сутки) без затрат каких-либо средств на маркетинговые мероприятия в сети Интернет. Для полного использования необходимо размещать адрес сервера на всех видах печатной и рекламной продукции, упоминать в теле- и радиорекламе. Таким образом, вы привлечете на сервер пользователей, которые заинтересуются сервером и станут вашими постоянными посетителями, а, следовательно, и потенциальными потребителями товаров и/или услуг, предлагаемых на вашем сервере.

Теперь перейдем непосредственно к маркетинговым мероприятиям. Первый элемент – баннерная реклама. Для ее проведения необходимо создание 2-х баннеров 468*60 пикселей и один 100*100. Эти баннеры должны точно и четко отражать смысл и направление рекламируемого сервера, чтобы отсеять ненужных посетителей. Баннерная реклама имеет следующие показатели:

Стоимость за тысячу показов баннеров (СРМ). В русской сети у серверов, продающих показы баннеров, СРМ колеблется от 2 до 50 долларов, стоимость одной продажи – от 0.1 до 0.5 долларов (СР5, cost per sale).

Можно использовать следующие пути работы:

1. Использование специальных служб обмена баннеров, которые обеспечивают показ Ваших баннеров на других страницах взамен на показ на Ваших страницах чужих баннеров.
2. Вы можете напрямую договориться с Web-мастером другой страницы на размещение баннеров друг у друга.
3. И, наконец, вы можете заплатить баннерной системе, поисковому серверу, каталогу или просто популярному Web-сайту за показ ваших баннеров на их страницах.

Баннерная реклама – наиболее качественное маркетинговое мероприятие в сети Интернет, т.к. позволяет проводить узконаправленный таргетинг. Так, например, для компании-оператора сотовой связи создавался таргетинг на финансовые сервера пользователей из Москвы в рабочее время. То же самое возможно провести и по другим критериям сегментации рынка.

Рекомендовано показывать в день как можно большее количество баннеров, в таком случае будет рост прибыли и посетителей пропорциональный средней рекламной кампании (описанной в практическом примере).

Можно сформулировать следующие рекомендации к применению. Применять маркетинговые мероприятия рекомендуется в первую очередь тем коммерческим организациям, которые представляют свою целевую аудиторию. Если в анализе статистики коммерческая организация нашла своих потенциальных клиентов, то рекламная кампания будет эффективна.

Таким образом, можно предложить в качестве комплекса маркетинговых мероприятий сочетание баннерной рекламы, почтовой рассылки, использование конференций и форумов, а также (обязательное условие) наличие крупного Web-сервера с инструментарием для продаж и предоставления полной информации клиентам.

Отдача от этих мероприятий (продажи, брэнд, имидж) может перекрыть затраты на них. Хотя, даже если продажи не покрывают расходы на рекламу в денежном отношении, коммерческая организация получает увеличение узнаваемости, повышение имиджа, отложенный спрос, привлечение новых секторов рынка, новых партнеров и т.д.