

УДК 339.

Н.О.Заручникова (3 курс, каф. ММ), Л.Г.Окорокова, д.э.н., проф.

## ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Одним из главных свойств Интернета является ее безграничность. Полный комплекс услуг, предоставляемых Интернет, имеется уже в 75 странах мира, и еще в 77 странах можно посылать и принимать электронную почту. Сеть Интернет стала эффективным средством рекламы, маркетинга, сбыта продукции и послепродажного обслуживания клиентов. В представленной работе проанализированы основные области применения Интернета в маркетинге и их особенности, к которым относятся: поддержание деловых связей; информация о рынке; покупка и продажа через Интернет, реклама товаров в Сети, сервис и послепродажное обслуживание.

Маркетологи могут использовать самые разные онлайн-ресурсы для получения информации о своих потребителях, конкурентах, маркетинговой оценки, анализа, исследования своего сектора рынка и отрасли в целом. Программное обеспечение для маркетологов позволяет проводить рекламные компании, анализировать их ход и эффективность и вносить коррективы по ходу компании. В отличие от любой другой среды, Интернет дает возможность проследить за поведением посетителей сайта: на какие страницы они ходили, на каких задерживались, с каких уходили и др. На основании такого анализа можно сделать выводы о предпочтениях и симпатиях посетителей сайта, скорректировать акценты своей маркетинговой тактики и стратегии, ход рекламной компании. Доступность информации о конкурентах компании, информации о различных маркетинговых исследованиях и другая полезная для маркетолога информация, дает возможность оперативного принятия правильных маркетинговых и не только маркетинговых решений.

Другой положительной особенностью является то, что Интернет обладает высокой степенью взаимодействия с потребителем. Потребитель может взаимодействовать с продавцом и с продуктом, изучить его, иногда «попробовать» (например, демо-версии программ, главу книги...) и, если подходит, – купить. К тому же число пользователей Интернета растет, следовательно, возрастает число пользователей услугами Интернет-магазинов, а также число пользователей, осуществляющих торговлю через Интернет.

Одной из самых интересных и перспективных форм Интернет-маркетинга является Интернет-аукционы. Примерами такого предприятия могут служить российский сайт [www.molotok.ru](http://www.molotok.ru) или новый проект Джефа Безоса [www.sotheby's.amazon.com](http://www.sotheby's.amazon.com). Особенностью онлайн-аукционов по сравнению с традиционными является их значительно большая автоматизация: весь торг компьютер может провести самостоятельно. А это означает, что ресурсы виртуального аукциона значительно выше: одновременно один портал может обслуживать огромное количество торгов, а покупатель и продавец взаимодействуют почти без посредников.

В настоящее время появляются и другие своеобразные проекты. Например, разрабатываются Интернет-супермаркеты. Особо необходимо отметить развитие Интернет-банков, брокерских серверов и платежных систем. Если в 1999 г. объем рынка финансовых услуг через Сеть в России был близок к нулю, то в новом тысячелетии ожидается особый успех этой сферы деятельности. Главной и самой проблематичной частью в продаже и покупке товаров через Интернет являются электронные платежи. Решение проблем оплаты товара посредством электронных платежей является, пожалуй, тем существенным моментом, который определяет будущее Интернет. Шагом на пути обеспечения гарантированных

платежей явилось создание торговых серверов, связанных с существующими банковскими платежными системами.

Интернет предоставляет множество инструментов для воздействия на целевую аудиторию рекламодателя. Среди них можно выделить:

- размещение рекламы на тематических и обще информационных сайтах,
- баннерные сети,
- e-mail – маркетинг,
- продвижение с помощью поисковых систем и каталогов,
- обмен ссылками, рейтинги, партнерские и спонсорские программы и др.

Таким образом, Интернет-маркетинг функционирует по тем же законам, что и обычный маркетинг, за исключением того, что средства, используемые при этом, – это возможности сети Интернет со всеми ее характеристиками, плохими и хорошими качествами, безграничными пределами и ограниченными техническими ресурсами. Суть эффективного маркетинга заключается во владении этими ресурсами и умелом их использовании, знании предметной области и учете всех необходимых критериев и параметров.