Натальяна Т.В.

К вопросу о развитии интернет-маркетинга в России

*Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИИХ»
(Россия, Новосибирск)*

doi: 10.18411/lj-12-2018-56

idsp: ljjournal-12-2018-56

Аннотация

В статье выделены преимущества интернет-рекламы по сравнению с другими средствами рекламного рынка, позволяющие развиваться интернет маркетингу высокими темпами. Определены основные виды интернет-рекламы, выделены основные группы рекламодателей.

Ключевые слова: Интернет-маркетинг, интернет-реклама, целевая аудитория.

Интернет-маркетинг представляет собой комплекс мер по продвижению товаров и услуг в сети Интернет, является одним из самых быстрорастущих направлений маркетинга. По оценкам Ассоциации коммуникационных агентств России, суммарный объем интернет-рекламы в России вырос в 2017 году на 22% по отношению к 2016 году. Это является самым высоким показателем среди других сегментов рекламного рынка (телевидение, пресса, радио, наружная реклама).

Привлекательность интернет-рекламы объясняется следующими причинами:

- низкими затратами и высокой эффективностью рекламных мероприятий;
- узким таргетированием, благодаря которому реклама доносится до целевой аудитории;
- повышенной скоростью распространения информации;
- возможностью контроля и управления всеми процессами, благодаря системе Интернет аналитики (точным данным о количестве просмотров, подробным описанием целевой аудитории, возможности отследить воронку продаж);
- непосредственным взаимодействием с аудиторией и простотой получения обратной связи. Так, к примеру, используя Интернет для продвижения продукции в блогах, уже в комментариях к публикациям можно понять мнение аудитории.

Интернет реклама подразделяется на следующие виды: медийная и контекстная, реклама в социальных сетях, поисковое продвижение или SEO, а также реклама с применением электронной почты.

Медийная или банерная реклама размещается на сайтах, порталах, форумах в форме текстовых и графических материалов, содержащих гиперссылки на рекламируемый ресурс, которые позволяют активно привлекать целевой трафик.

Контекстная реклама публикуется на страницах поисковых систем в форме текстово-графических блоков. Блоки поддираются согласно запросам, вводимым пользователями.

Реклама в социальных сетях или SMM - Social Media Marketing. Она развивается в настоящее время самым стремительным образом и может быть организована несколькими способами: размещением баннерных и контекстных объявлений на страницах пользователей, созданием тематических сообществ с активным привлечением в него заинтересованной аудитории потенциальных потребителей, сотрудничеством с популярными в сети блогерами и торговыми площадками, которые за определённую плату разместят рекламную информацию заказчика на своих страницах.

Поисковое продвижение или SEO-продвижение - Search Engine optimization - является нахождением сайта в топ-10 выдачи поисковых систем, что подразумевает комплекс мероприятий по внутренней и внешней оптимизации сайта. Тем самым, чтобы попасть в SEO-выдачу, необходимо искусственным образом доказать поисковым системам авторитетность сайта. Делается это с помощью уникального контента, размещением ссылок на других сайтах, оптимизацией кода. Преимуществом продвижения поисковой системе является доверие пользователей к сайтам, которые находятся на первой странице поисковой выдачи.

Ещё один вид Интернет-рекламы - это реклама с применением электронной почты. Использование e-mail для доставки информационных сообщений обладает рядом плюсов:

- электронная почта есть почти у всех пользователей сети Интернет;
- электронная почта является так называемой push-технологией вещания – это один из способов распространения информации в Интернете, когда данные поступают от поставщика к пользователю на основе установленных параметров. Пользователь же в свою очередь либо отвергает, либо принимает данные.

Проведенное исследование позволило выделить группы основных рекламодателей. Это компании, работающие на национальном и мировом рынках и активно использующие интернет-маркетинг для достижения максимального охвата целевой аудитории на всей территории своего присутствия. Организации с ограниченным рекламным бюджетом, а также виртуальные компании. Предприятия, выводящие на рынок новый продукт. Реклама в Интернете позволит получить мгновенный отклик от потребителей в отношении этого продукта и, при необходимости, произвести корректировки. Компании, стремящиеся повысить свою известность и узнаваемость в сжатые сроки. Именно Интернет-реклама позволяет донести информацию о продукте широкой аудитории в кратчайшие сроки.

Проведенное исследование свидетельствует о развитии интернет-маркетинга опережающими темпами по сравнению с другими сегментами рекламного рынка. На сегодняшний день интернет-маркетинг – это эффективное средство информирования потенциальных потребителей, которое активно используют современные компании.

1. Ассоциация коммуникационных агентств России. – Режим доступа: <http://www.akarussia.ru>
 2. Натальина Т.В Садекова А.Р. Интернет-маркетинг как современный инструмент продвижения продукции // Экономика и социум. 20018.- № 6(49).- С. 1692-1695
-