

БУЛАХ І.І., викладач вищої кваліфікаційної категорії, викладач-методист, ВСП АТК Уманського НУС

СУБОТА Т.А., викладач вищої кваліфікаційної категорії, ВСП АТК Уманського НУС

ШИМАНСЬКА О.В., викладач вищої кваліфікаційної категорії, викладач-методист, ВСП АТК Уманського НУС

ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Раціонально відібрані стратегічні напрями використання інтернет-маркетингу в діяльності підприємства здатні забезпечити конкурентоспроможність на ринку в умовах економічного спаду систем [1]. Фактично інтернет-маркетинг – це комплекс спеціальних методів, які містять не тільки банерну рекламу та public relations, але й методики проведення маркетингових досліджень в інтернеті, зокрема, вивчення попиту і споживчої аудиторії, освоєння алгоритмів формування та забезпечення високої ефективності рекламних кампаній, способів правильного позиціонування торгівельної марки на ринку, які дозволяють власникам корпоративних web-ресурсів просувати свій сайт в інтернет і, розкручуючи таким чином торгівельну марку свого підприємства, отримувати завдяки цьому додатковий прибуток. Найпершим інструментом інтернет-маркетингу є корпоративний сайт. Це свого роду майданчик у всесвітній мережі, віртуальний офіс і лице фірми. Розташована на сайті інформація носить, як правило, маркетинговий характер. Обов'язковим базовим інструментом інтернет-маркетингу є пошукова оптимізація свого сайту, що дозволить підняти рейтинги сайту у пошукових машинах (Google, Yandex) і допоможуть залучити більше клієнтів. Ціль оптимізації – зробити так, щоб зміст вашого сайту індексувався пошуковими системами. Ще один інструмент - використання

контекстної реклами, її перевага - можливість націлення на конкретну країну, регіон чи навіть місто. Ваше рекламне оголошення побачать тільки ті, хто може стати Вашим клієнтом. Новим модним трендом у інтернет-маркетингу є маркетинг у соціальних медіа. І, хоча використання соціальних медіа для маркетингу на повну потужність вимагає наявності попереднього досвіду, проте його основні елементи доступні кожному. Додавайте інформацію про діяльність Вашої компанії на сторінку Facebook та групу, це дозволить потенційним клієнтам більше дізнатися про повсякденну діяльність Вашої компанії і сприятиме створенню позитивного іміджу компанії у всесвітній мережі. Дуже важливим інструментом інтернет-маркетингу є також управління он-лайн репутацією компанії, тобто швидка реакція на записи, створені незадоволеними клієнтами. Дуже зручно використати послугу Google Alerts, налаштувавши її на ім'я своєї компанії, Google буде присилати Вам електронні листи кожного разу, коли знайде нове згадування з назвою вашої компанії). Можна також налаштувати цю послугу на назви компаній Ваших конкурентів: це допоможе бути постійно в курсі їхньої он-лайн активності [2].

Отже, інтернет-маркетинг дає можливість доступу до динамічної і багатогранної маркетингової інформації, зменшує внутрішньофірмові маркетингові витрати, розширює потенціал просування товарів, послуг, бренду, дозволяє сформувати цільову аудиторію за віком, статтю, професійною приналежністю, інтересами та забезпечує розвиток додаткових специфічних каналів розподілу [3].

Список літератури:

1. *Литовченко І.Л.* Інтернет-маркетинг як інструмент антикризових програм підприємства// Маркетинг в Україні. – 2009. – №5. – С.49
2. *Котлер Ф.* Основы маркетинга/ Ф. Котлер; Пер. с англ.. – А.Назаренко: Издательство «Вильямс», 2016. – С. 734.
3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://emarketingblog.com.ua/internet-marketing-dla-pochatkivciv/>.