

О.Е. Корнеенко, А.А. Гурнова

okorneenko@gsu.by

Гомельский государственный университет имени Ф. Скорины, Беларусь

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОСРЕДСТВОМ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ

Статья посвящена вопросам повышения эффективности маркетинговой деятельности Гомельского РАЙПО. Рассмотрено несколько направлений по использованию Интернет-ресурсов в качестве маркетинговых инструментов. В частности, ведется речь о создании Интернет-магазина, об особенностях и возможностях применения баннерной рекламы в сети Интернет, таргетированной и контекстной рекламы в социальных сетях.

О том, что Гомельское РАЙПО способно конкурировать на рынке с субъектами хозяйствования, предоставляющими аналогичную продукцию, товары и услуги, говорит увеличение в 2017 году объемов розничного товарооборота. Однако, учитывая результаты деятельности конкурентов, Гомельскому РАЙПО необходимо искать резервы повышения эффективности маркетинга. Конкурентоспособность организации торговли означает соответствие качества и ассортимента перечня товаров запросам потребителей, наличие сравнительных с конкурентами преимуществ. Также немаловажно наличие возможности выстоять в конкурентной борьбе и сохранить достигнутые преимущества в течение длительного периода. Всего этого можно добиться путём улучшения маркетинговой деятельности на основе инструментов интернет-технологий.

Реализация маркетинговой деятельности предполагает организованный, системный подход, который предусматривает комплексные исследования, разработку маркетинговой

политики и организацию работы соответствующих специалистов организации. Только комплексный подход обеспечит полноценное и результативное решение задач, поставленных перед Гомельским РАЙПО в рамках организации маркетинговой деятельности.

По результатам анализа деятельности Гомельского РАЙПО за предшествующие годы были предложены следующие пути улучшения маркетинговой деятельности на основе интернет-технологий: создание Интернет-магазина; баннерная реклама в сети Интернет; таргетированная (целевая) реклама в социальных сетях; контекстная реклама.

В Гомельском РАЙПО предлагается создать Интернет-магазин на базе платформы Shop.by. Торговля через площадку Интернет-магазина, как и любой другой вид торговли, подлежит лицензированию. Поэтому необходимо внесение изменений в действующую лицензию Гомельского РАЙПО. В нее следует вставить доменное имя Интернет-магазина, через который будет осуществляться торговля. Разработка Интернет-магазина, конечно, повлечет значительные финансовые и временные затраты. В данной ситуации альтернативным выходом, обеспечивающим значительную экономию ресурсов, может стать использование услуг торгового портала Shop.by, который бесплатно предоставляет клиентам прикладное программное обеспечение для управления Интернет-магазином, обеспечивает оперативной технической поддержкой и помогает своим клиентам по другим направлениям и формам продвижения, не доступным для других Интернет-ресурсов. Этот сервис позволяет существенно сократить расходы и открыть магазин достаточно быстро [1].

Для управления Интернет-магазином предлагается использование программы WinShop Site Administrator. Она имеет серьезные преимущества перед обычным веб-интерфейсом и предоставляет возможность коллективного управления магазином в компьютерной сети с нескольких компьютеров одновременно.

Распространение Интернет-технологий оказывает положительное воздействие на функционирование торговой организации [2]. Для усиления позитивного влияния распространения Интернет-технологий на деятельность Гомельского РАЙПО необходимо воспользоваться возможностью применения недорогой рекламы и провести рекламную кампанию в сети Интернет (баннерная, таргетированная реклама и реклама в социальных сетях). Рекламная деятельность – залог успеха организации. Ключевой момент, от которого зависят: сбыт, спрос, потребительское предпочтение. Поэтому предприятие должно очень серьезно подходить к проблемам и организации рекламной деятельности, если это необходимо.

Реклама в сети Интернет априори и по происхождению, и по технологии имеет преимущество перед рекламой классической. В отличие от обычной рекламы реклама в сети Интернет имеет экономически обоснованный механизм сбора данных для планирования и проведения рекламной деятельности.

Интернет-реклама, благодаря точному автоматическому учету каждого посетителя всех рекламных площадок, позволяет с высокой степенью точности учесть и провести анализ результатов рекламной кампании. Это говорит о наличии методики точной оценки эффективности рекламы, и, как следствие, сокращения необоснованных расходов и повышения привлекательности рекламы как самого дорогостоящего вида продвижения товаров и услуг. Стоит отметить, что баннерная реклама может стать мощным инструментом имиджевой рекламы для Гомельского РАЙПО.

При оценке эффективности баннерной рекламы используют два основных параметра: количество показов и количество откликов. Первый параметр означает, сколько раз был показан тот или иной баннер. Стоимость баннерной рекламы в основном определяется стоимостью тысячи показов баннера на конкретном сервере. Для обозначения данного показателя используется термин СРМ – стоимость тысячи показов. Как правило, цена варьируется от 2 до 50 условных единиц за тысячу показов [3]. Второй параметр означает

количество щелчков пользователя мышкой на баннер для перехода к подробному описанию рекламируемого товара или на рекламируемый сервер. Для анализа этого показателя используется термин CRT – отношение количества откликов к количеству показов в процентах (коэффициент проходимости). Обычно коэффициент проходимости составляет от 2 % до 10 %.

Прежде всего, такая реклама будет нацелена на: формирование благополучного имиджа Гомельского РАЙПО; организацию доступности информации об организации для огромного количества людей, в том числе территориально удаленных от точек продаж; реализацию всех возможностей представления информации об услугах и воздействия на потенциального покупателя через графику, звук, анимацию, видеоизображение; оперативную реакцию на рыночную ситуацию (обновление информации об услугах, анонс акций и др.).

Социальные сети в жизни современного человека занимают большое место. Предприниматели понимают, что без продвижения товаров и услуг через Интернет и соцсети на сегодняшний день уже не обойтись никому. Создание аккаунтов в соцсетях, а также социальных кнопок на сайтах, – это уже необходимость для любого бизнеса. Чем больше информации будет у клиента, тем выше будет уровень доверия к организации. Как результат – больше продаж. Из сказанного следует, что Гомельскому РАЙПО необходимо присутствие в тех каналах, в которых потенциальные покупатели проводят время, общаются и ведут поиск информации. На сегодняшний день такими каналами как раз и являются социальные сети.

Например, социальная сеть ВКонтакте является популярной, так как была одной из первых и имеет значительную аудиторию. Для усиления положительного влияния распространения Интернет-маркетинга на деятельность Гомельского РАЙПО необходимо воспользоваться возможностью применения недорогой рекламы и провести рекламную кампанию в социальной сети ВКонтакте с настройкой таргетинга.

Принцип таргетинга (определение всех возможных характеристик пользователей при формировании поискового запроса) используется поисковыми системами в контекстной рекламе, баннерных сетях, соцсетях. В каждом из этих сервисов можно задать необходимые для рекламной кампании параметры в зависимости от вида таргетинга и поставленных целей.

Таргетированная реклама в соцсетях представляет собой интересный и достаточно перспективный канал для продвижения своих товаров или сервисов с рядом преимуществ: используя правильный, достаточно узкий таргетинг объявлений, можно крайне точно попасть в свою целевую аудиторию, при этом использовать рекламный бюджет более рачительно, получая максимально возможный эффект.

Контекстная реклама тоже является одним из эффективных инструментов Интернет-маркетинга. Выбрав вызвавшее заинтересованность контекстное рекламное объявление, пользователь перейдет на страницу Интернет-магазина Гомельского РАЙПО. Именно из этих переходов и формируется стоимость рекламы в сети Интернет. Показы контекстной рекламы, при которых пользователь не кликнул по рекламному объявлению, не оплачиваются. Пользователю (потенциальному покупателю) будет представлено лишь то рекламное объявление, которое будет соответствовать его интересам. Оплата контекстной рекламы осуществляется за клики по рекламным объявлениям, когда потенциальный клиент переходит на сайт рекламодателя.

Первые результаты рекламной кампании можно будет увидеть уже в первые дни ее проведения. Сегодня Интернет-пространство все больше напоминает поле битвы за клиента: усложняются технологии, растут рекламные бюджеты. В этих условиях запуск и управление контекстной рекламой требуют серьезных профессиональных знаний. Контекстная реклама в интернете получила широкое распространение параллельно с активным использованием

поисковых систем. Также имеет быструю отдачу и высокую эффективность, но требует постоянного отслеживания и управления рекламными кампаниями.

Контекстная реклама в сети Интернет может использоваться для краткосрочных рекламных кампаний, например, для активного продвижения новых товаров или услуг, а также в случае, если Web-сайт еще не оптимизирован и не раскручен для поисковых систем.

Таким образом, сеть Интернет открывает новые возможности использования передовых технологий в маркетинге, сбыте и управлении.

Литература

1. Электронный магазин: www.shop.by [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа: <https://beseller.by/ceny/tarifnye-plany>. – Дата доступа: 13.09.2019.
2. Шурчкова, Ю.В. Состав и структура комплекса маркетинговых коммуникаций, реализуемых в сети интернет // Ю.В. Шурчкова. – Экономика, статистика и информатика. – 2017. – № 4. – С. 36-41.
3. Как применять методы SEO и контекстной рекламы [Электронный ресурс] // Реклама в сети Интернет. – Минск, 2018. – Режим доступа: <http://profi.holiday.by/novosti/item/1402>. – Дата доступа: 12.09.2019.