

## РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

**Исмаилова Юлдуз Собиржоновна**

*Магистрант Университета менеджмента и новых технологий*

ismailova.yulduz21@gmail.com

**Собирова Ширин Саидовна**

*Магистрант Университета менеджмента и новых технологий*

shirinsobirova5555@gmail.com

**Аннотация:** Целью статьи является теоретический анализ интернет-маркетинга. В статье представлены особенности онлайн-маркетинга, в том числе: преимущества и недостатки, цели и задачи, методы их использования.

**Ключевые слова:** интернет – маркетинг, предложение, целевая аудитория, конверсия, прибыль, рентабельность, оптимизация расходов.

## ZAMONAVIY KORXONALAR RIVOJLANISHIDA INTERNET- MARKETINGNING O‘RNI

**Ismailova Yulduz Sobirjonovna**

*Menejment va yangi texnologiyalar universiteti magistranti*

ismailova.yulduz21@gmail.com

**Sobirova Shirin Saidovna**

*Menejment va yangi texnologiyalar universiteti magistranti*

shirinsobirova5555@gmail.com

**Аннотасија:** Maqolaning maqsadi Internet-marketingni na’zariy tahlil qilishdir. Maqolada onlayn-marketingning xususiyatlari, jumladan: afzalliklari va kamchiliklari, maqsad va vazifalari, ulardan foydalanish usullari keltirilgan.

**Kalit so‘zlar:** internet-marketing, taklif, maqsadli auditoriya, konversiya, foyda, rentabellik, xarajatlarni optimallashtirish.

## THE ROLE OF INTERNET MARKETING IN THE DEVELOPMENT OF MODERN ENTERPRISES

**Ismailova Yulduz Sobirjonovna**

*Master's student at the University of Management and New Technologies*

ismailova.yulduz21@gmail.com

**Sobirova Shirin Saidovna**

*Master's student at the University of Management and New Technologies*

shirinsobirova5555@gmail.com

**Annotation:** The purpose of the article is a theoretical analysis of Internet marketing. The article presents the features of online marketing, including: advantages and disadvantages, goals and objectives, methods of their use.

**Key words:** *internet marketing, offer, target audience, conversion, profit, profitability, cost optimization.*

### **Введение**

Понятие интернет-маркетинга появилось в начале 1990-х годов, в тот момент, когда текстовые сайты стали размещать информацию о товарах или услугах [1]. С развитием информационных технологий определение интернет-маркетинга в начале 2000-х поддерживали многие известные авторы, например, В.Холмогоров, Е.А.Петрик, И.В.Успенский. По мнению В.Холмогорова, интернет-маркетинг подразумевает целый комплекс дочерних отраслей, включающих не только баннерную рекламу и public relations, но и методики проведения маркетинговых исследований в интернете, в частности, изучение спроса и потребительской аудитории, освоение алгоритмов формирования и обеспечения высокой эффективности рекламных кампаний, способов правильного позиционирования торговой марки на рынке. Сейчас словосочетание интернет-маркетинг представляет собой нечто большее, чем продажа каких-либо информационных продуктов, а именно представляет собой торговлю информационным пространством, бизнес-моделями, программными продуктами и многими другими товарами или услугами [2]. То есть по-другому можно сказать, что:

Интернет-маркетинг – это комплекс инструментов и мер, применяемых с целью продвижения продукта в сети Интернет, повышения узнаваемости и лояльности потребителей. Интернет-маркетинг является незаменимым инструментом для тех людей, у которых есть что предложить населению, но

они не знают, как это сделать с наименьшими вложениями и расходами. Этот тип маркетинга стал основой современного капитализма, которая позволяет любому, у кого есть идея, товар или услуга достичь максимально широкой аудитории [3].

Современный Интернет-маркетинг характеризуется снижением расходов и повышением уровня рентабельности инвестиций. Эволюция развития Интернет-маркетинга свидетельствует о том, что последний является применением стратегий маркетинга прямого отклика к сети Интернет. И оказалось, что в Интернет-данные методы действительно эффективны, ведь можно не только поддерживать постоянный контакт с клиентами, но и оперативно отслеживать статистические данные. Кроме того, это возможность охватить максимальную аудиторию. На сегодняшний день интернет-маркетинг фактически охватывает как процесс производства (исследование спроса, разработка, выпуск), так и реализацию продукта (реклама, послепродажное обслуживание, информирование покупателей о товаре).

### **Основная часть**

Если рассмотреть интернет-маркетинг как составляющую электронной коммерции, то его можно назвать еще онлайн-маркетингом. Как элемент электронной коммерции интернет-маркетинг может включать в себя такие элементы, как информационный менеджмент, интернет-интеграция, связи с общественностью, а также службы взаимодействия с покупателями и элемент продаж. Современный маркетинг в режиме онлайн – простой и эффективный инструмент, подразумевающий активное привлечение мобильных версий проектов, постоянный интернет. Приоритетом становится коммуникация с другими людьми на уровне социальных сетей, форумов.

Интернет-маркетинг не отличается от традиционного каким-то коренным образом. Здесь точно так же затрагиваются основополагающие моменты всего маркетинга, которые очень важны для получения желаемого результата.

Выделим четыре основных момента:

1. Товар;
2. Цена;
3. Продвижение;
4. Место сбыта (точка продажи).

При этом, в Интернет-маркетинге на первый план всплывают еще несколько очень важных моментов которые представлены ниже:

**Предложение** – оно должно быть более привлекательным для покупателя, иметь дополнительную ценность, нужно сильнее отстроиться от

конкурентов. Потому, что в сети у потребителя есть гораздо больше возможностей сравнивать ваше предложение с конкурентскими;

**Целевая аудитория** – определение именно вашей целевой аудитории и формулирование вашего предложения и обращения именно ей;

**Конверсия** (конвертация потенциальных в реальные клиенты). Из предыдущего пункта понятно, что в Интернете приходят к нам не только те, кто хочет что-то купить. Какое количество из пришедших купить/оформить заказ/оставить заявку в действительности – это и есть вопрос конверсии – один из важнейших элементов Интернет-маркетинга. И важен он потому, что его можно измерять и на него можно влиять на нескольких уровнях и тем самым в разы повышать эффективность всего интернет-маркетинга.

Кроме вышеперечисленных, интернет-маркетинг состоит из нескольких командующих высот, каждая из которых имеет свою важность для реализации компанией задуманных продуктов (товаров, услуг):

– SEO (Search Engine Optimization) — процесс оптимизации сайта с целью повышения его позиций в результатах поисковых систем.

– SMM (Social Media Marketing) — методика продвижения товаров и услуг через социальные сети.

– Email-маркетинг — способ коммуникации с клиентами через электронную почту.

– Контент-маркетинг — создание и распространение полезного контента для привлечения и удержания аудитории [4].

Для развития задуманных проектов очень важно соблюдать всех этих нюансов, так как они являются основным звеном, которое объединяет кампанию с конечным потреблением. Как и во всех других отраслях маркетинг в онлайн среде имеет свои преимущества и недостатки, ставит перед собой свои цели и задачи для достижения результата. Рассмотрим их:

Онлайн маркетинг имеет ряд преимуществ над традиционным:

- Быстрое распространение информации;
- Широкий охват аудитории;
- Возможности вовлечения потребителей и интерактивное воздействие;
- Возможности максимально точного таргетинга аудитории и за счет этого повышения его эффективности в целом;
- Возможности четкого измерения эффективности и контроля расходов;
- Возможности дать и получить больше информации за меньшее время;
- В целом Интернет-маркетинг дешевле.

**Недостатки интернет-маркетинга:**

– Маркетинг зависит от технологий, которыми мы не управляем (например, медленный интернет у пользователя);

– В Интернете нельзя «пощупать товар». Хотя в последнее время эту проблему решают высококачественными изображениями и 3D видео-материалами. Да и покупатели часто выбирают офлайн, а покупают онлайн.

Кроме того, существует еще проблема недоверия к платежам и платежным системам в частности (в основном этот вопрос касается интернет-магазинов).

### **Цели интернет-маркетинга:**

Цель, на самом деле, одна единственная — рост прибыли.

Для того, чтоб достичь цели Интернет-маркетингом нужно рассмотреть и соблюдать подцелей ниже:

- Привлечение большего потока потенциальных клиентов;
- Рост эффективности продаж (увеличение количества завершенных сделок или рост конверсии);
- Сокращение маркетинговых расходов (или рост рентабельности рекламы);
- Увеличение среднего чека;
- Работа с клиентами и дополнительные продажи.

Каждая из этих подцелей достигается разными инструментами, маркетолог должен выбрать наиболее подходящий вариант выполнения этих подцелей.

### **Задачи онлайн-маркетинга:**

Для привлечения новых клиентов, он должен обеспечить большой охват целевой аудитории, т. е. обеспечить поток заинтересованных Вашим продуктом пользователей. Иными словами, нужно обеспечить целевой трафик на сайт. Тут входит и SEO продвижение, и контент маркетинг, и разные виды Интернет рекламы...и другие каналы привлечения клиентов в бизнес.

Для увеличения продаж, Интернет-маркетинг должен из заинтересованных пользователей сделать реальных клиентов, т. е. способствовать завершению сделки. В этом помогут эффективный (продающий) сайт и/или лендинг (страница приземления, landing page), дизайн, продающие тексты, юзабилити и конверсионные элементы сайта.

Для оптимизации расходов, есть веб-аналитика. И в этом Интернет-маркетинг имеет гораздо больше возможностей, чем традиционный маркетинг. Возможности аналитики, отслеживания эффективности, создания отчетов, выявления эффективных и неэффективных каналов и инструментов — предостаточно.

Также Интернет-маркетинг дает бизнесу возможности и инструменты увеличивать прибыль помощью таких маркетинговых приемов, как увеличение среднего чека (Cross-sell и Up-sell), удержание клиентов и дополнительные продажи (через E-mail маркетинг, например), увеличение лояльности аудитории и узнаваемости бренда (помощью SMM), и т. д. [5]

Теперь немного о маркетинговых реклам и их видах:

Маркетинг через интернет подразумевает использование нескольких видов проектов рекламы в режиме онлайн:

1. Контекстная реклама- это текстовые, графические и видеообъявления, которые показываются пользователям, если они вводят в поиске запрос или интересуются определенной тематикой в интернете. Контекстная реклама показывается в поисковых системах, в мобильных приложениях, на сайтах и других ресурсах;

2. Медийная реклама- это разнообразные виды графической (баннерной), текстовой, видео- и аудиорекламы, простыми словами это вид рекламы, который ориентируется на визуальное восприятие [6];

3. Вирусная реклама- это рекламный контент, который распространяется благодаря интересу аудитории. Пользователи ставят лайки, репостят видео и картинки, обсуждают их, спорят друг с другом и делятся эмоциями [7];

4. Таргетированная реклама - это реклама, которая направлена на определенный сегмент аудитории;

5. Тизерная реклама-то рекламное сообщение, в основе которого лежит интрига. Как правило, такая реклама содержит только часть информации о продукте и вызывает у потенциального покупателя интерес и желание узнать больше;

6. Реклама на популярном видео-канале Youtube, рассылки новостей на электронные почтовые ящики, всплывающие окна POP-Up на веб-портале и т.д.[8].

### **Заключение**

В современных условиях интернет стал незаменимым инструментом в руках маркетологов, занимающихся продвижением самых разнообразных продуктов и услуг в Узбекистане. Повышение продаж достигается работой над эффективностью сайта, увеличением охвата клиентов, возврате посетителей [9].

Актуальность интернет-маркетинга для предпринимателей заключается в возможности получения хорошего входящего потока клиентов с минимальными вложениями. Чем больше людей узнает о компании, тем больше вероятность, что они оставят ей свои деньги [10]. Несмотря на то, что онлайн-маркетинг является новой отраслью для нашей страны, он

стремительно развивается. Каждым годом профессионалов становится всё больше. По моему мнению, это достижение послужит гарантом для дальнейшего развития этой отрасли в будущем.

### Список использованной литературы

1. История интернет-маркетинга и его появления / URL: [https://studwood.net/1131789/marketing/istoriya\\_poyavleniya\\_razvitiya\\_internet\\_marketinga](https://studwood.net/1131789/marketing/istoriya_poyavleniya_razvitiya_internet_marketinga)
2. Родионова Т.П. Сущность интернет-маркетинга. Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ Россия, г. Шахты. Форум молодых ученых 6\2(22) 2018. С. 1298-1300
3. Интернет-маркетинг. Общие понятия / URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Интернет-маркетинг>
4. Интернет-маркетинг: что это и зачем он нужен / URL: <https://sky.pro/media/internet-marketing-cto-eto-i-zachem-on-nuzhen/>
5. Контекстная реклама / URL: <https://elama.ru/blog/kontekstnaya-reklama-osnovy/>
6. Виды маркетинговых реклам / URL: <https://www.unisender.com/ru/glossary/cto-takoe-virusnaaya-reklama/>
7. Интернет бизнес и пути использования / URL: <http://www.uzdaily.com/ru/post/69213>
8. Сущность интернет-маркетинга <https://www.infullbroker.ru/articles/cto-takoe-internet-marketing/>
9. И.В. Ковалева, Е. Чубатюк, Развитие интернет-маркетинга в продвижении товаров на рынке. Теоретические аспекты, (Россия, г. Барнаул). Journal of Economy and Business, Vol. 7 С. 63-68
10. Интернет-маркетинг в Ташкенте. <https://webnow.uz/internet-marketing-v-tashkente/>