

2. Борисов Е.Ф. Основы экономики. Учебник для студентов. – М.: Юристъ, 2016;
3. Видяпин В. И. Экономическая теория: учебник. – Изд. испр. и доп. / Под общ. ред., А. И. Добрынина, Г. П. Журавлевой, Л. С. Тарасевича – М.: ИНФРА-М, 2014
4. Сажина М. А, Чибриков Г. Г. Экономическая теория: учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Норма, 2015
5. Канаева В.Д. Экономическая теория. Учебник, М.: ГИЦ ВЛАДОС, 2015.

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Таранова Виктория Константиновна¹

Самарский национальный исследовательский университет имени академика
С.П. Королева, г. Самара

Аннотация: Статья посвящена описанию современных методов маркетинга, возможности их применения, в рамках продвижения бизнеса в сети Интернет. Дан обзор на современные инструменты Интернет-маркетинга, а также проведён их детальный анализ.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, реклама, продвижение.

Почти 74 миллиона человек находятся в российском Интернете, поэтому продавать что-либо стало намного проще при помощи всемирной паутины. Отсюда и интернет-маркетинг набрал такую высокую популярность [1].

Интернет маркетинг – использование традиционных методов маркетинга в сети Интернет, целью которого является продажа покупателю товара или услуги.

Онлайн – маркетинг включает в себя:

- SEO – оптимизация сайта для поисковых систем;
- SMM – продвижение в социальных сетях;
- продвижение при помощи форумов и дискуссий;
- email-маркетинг;
- вирусный маркетинг (фото, видео, тексты);
- партнерские программы;
- конкурсы, игры, опросы;
- спонсорство;
- подписка на новости Интернет-ресурса;
- полезный маркетинг;
- предоставление скидочных купонов в электронном формате;

¹Студент 2 курса бакалавриата Института экономики и управления Самарского университета. Научный руководитель: Манукян М.М., старший преподаватель кафедры экономики инноваций Самарского университета.

– и т.д.

Интернет-маркетинг делится на 4 составляющих [2]:

Сначала необходимо определить стратегию перевода бизнеса в онлайн;

Далее необходимо получить человеческий трафик, который со временем должен превращаться в реальных покупателей;

Всю информацию с ресурса необходимо собирать и анализировать, чтобы понять, что людям нравится, почему они уходят с ресурса и ничего не покупают, и, в соответствии с данными, улучшать ресурс продажи;

Для повторного возвращения клиента на ресурс используются маркетинговые инструменты, например, программа лояльности, система бонусов или скидок.

В 2019 году маркетологи ориентируются (делают акцент) на [1]:

Короткие видео.

Из-за переизбытка видеоконтента становится труднее досматривать длинные ролики, и это важный сигнал для брендов. Как видно из статистики, больше 89% пользователей смотрят рекламу не больше 10-ти секунд и больше половины пользователей теряет интерес к продукту через минуту просмотра.

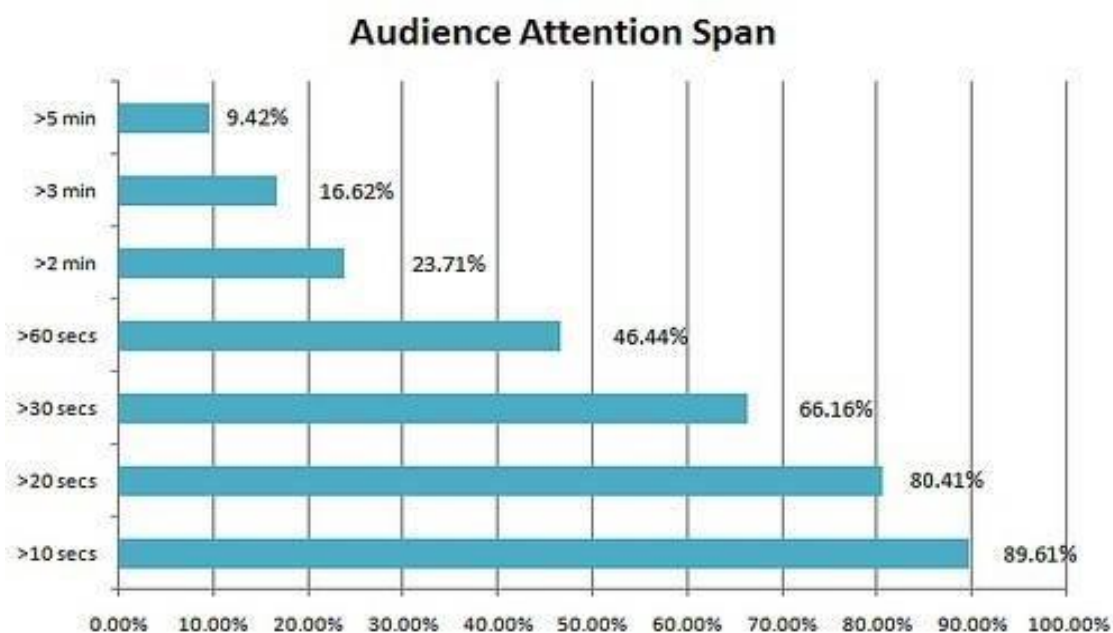


Рис. 1. Объём внимания аудитории

Чат-боты.

Их преимущество – возможность осуществлять поддержку 24/ 7. Это повышает не только удовлетворённость клиентов, но и рейтинг отклика, что благоприятно скажется на продвижении и раскрутке бренда [3].

Прозрачность и честность.

Люди привыкли к рекламе и научились ее «раскусывать». Потребителей трудно впечатлить и ещё сложнее заставить их поверить той информации, которую вы несете. Компании применяют политику полной прозрачности: публично признают недостатки и реагируют на негативные комментарии. Они

поощряют обмен мнениями, чтобы выстроить более крепкие отношения с клиентами и воспитать в них лояльность [4].

Голосовой поиск.

К 2020 году около 40% всех действий в интернете будет совершаться с помощью голосовых команд.

Однако по мере воплощения этих прогнозов маркетологи неизбежно начнут оптимизировать контент под голосовой поиск, появится много приложений для голосового шопинга, заказа еды и получения новостей.

Например, в приложении пиццерии Domino's голосовой ассистент Google запоминает последний выбор пользователя и может сам его повторить — это позволяет ускорить заказ.

Видеомаркетинг.

Видеомаркетинг будет главным лидером в цифровой сфере в 2019 году: около 80% онлайн-контента будет визуализировано.

- Разнообразие форматов (репортажи, видеоблоги, интервью, дискуссии) позволяет легко приспособить такой контент практически под любую аудиторию.

- Отсутствие обработки и монтажа сокращает дистанцию между брендом и пользователями, а главное — соответствует запросу на достоверность и аутентичность.

- Эфиры повышают доверие и актуальность бренда.

RTB (Real-time bidding) — торги в режиме реального времени, предусматривающие покупку-продажу показов рекламы на аукционах.

Большинство баннеров и видеорекламы по всему миру продается через автоматизированные рекламные системы — программатик-платформы. Раньше реклама показывалась без учета характеристик аудитории, сейчас же программатик-платформы собирают данные об аудитории и помогают продавать рекламу, ориентированную на клиента.

Искусственный интеллект.

Машинное обучение — это класс методов искусственного интеллекта, характерной чертой которых является не прямое решение задачи, а обучение в процессе применения решений множества сходных задач.

Этот тренд предлагает широкие возможности для маркетологов, упрощая для них измерение показателя ROI, делая его более точным. С помощью этого инструмента компании смогут лучше реагировать и решать проблемы маркетинга и воронки продаж. К примеру, он предложит вам варианты работы с контентом, который поможет выполнить стоящие перед вами задачи. ИИ постепенно возьмет на себя трудоемкие задачи: анализ рекламных кампаний, назначение ставок, подбор ключевых слов. Он научится работать с данными из CMS и принимать решения в режиме реального времени, а маркетолог будет контролировать работу.

Нативная реклама.

Являясь конкурентом спонсорской рекламы, нативная реклама создаётся так, чтобы мягко слиться с контентом и не бросаться в глаза.

Нативная реклама не должна содержать явный призыв к действию.

Современная аудитория хочет, чтобы любая информация приносила пользу. Именно нативная реклама в максимальной степени соответствует этому описанию.

Если у вас приложение, то его увидят в списке похожих приложений с пометкой «реклама» при поиске приложений по подходящим ключевым словам. Такая реклама считается нативной.

Если у вас нет приложения, то можно показать обычную рекламу с переходом на сайт рекламодателя, именно она чаще всего раздражает в бесплатных приложениях (и точно не является нативной).

Аудиоконтент для большего охвата.

Для тех, кто хочет узнать что-то полезное по дороге к автобусу и не прикладывать при этом каких-то сверхусилий – самый удобный вариант послушать подкаст.

Сквозная аналитика. Мало запустить множество рекламных каналов, надо отследить эффективность каждого из них. Труднее всего это сделать с оффлайн-данными. Часто возникают такие ситуации: клиент увидел контекстную рекламу, скажем, одежды или обуви, прошел по ссылке на сайт, присмотрел себе товар и вышел. Системы аналитики отметят эту сделку как незавершенную: онлайн-покупка-то не состоялась! А клиент меж тем захотел примерить костюм или ботинки, нашел магазин и сделал там покупку. Но эта сделка не отобразилась в системе - она осталась неучтенной.

Современные системы сквозной аналитики позволяют систематизировать все данные, даже оффлайновые, и делать выводы об эффективности каждого рекламного канала [3].

В заключение хотелось бы отметить, что технологии не стоят на месте, и в этом заключается как их плюс, так и минус. Но если мы взглянем в будущее цифрового маркетинга, мы увидим, что новые веяния в этой области не только упростят работу с инструментами, но и принесут компаниям значительную выгоду.

Список использованных источников:

1. Фонд Общественное Мнение [Электронный ресурс]. <https://fom.ru/> [Дата обращения: 04.05.2019];
2. Web Marketing Experts [Электронный ресурс]. <https://webpromoexperts.net/blog/> [Дата обращения 04.05.2019].
3. Платформа: как стать заметным в интернете. Пошаговое руководство для всех, кому есть что сказать или что продать / – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 304 с.
4. Н. Андросов «Интернет-маркетинг на 100 %» / И. Ворошилова, В. Долгов, С. Замирацкая, И. Манн – Издательство «Питер», 2017. – 240 с.