

УДК 339.138:004.738.5(045)

ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

А.А. Саргсян, Ю.В. Шишакова

Аннотация. В статье приводится характеристика современного состояния интернет-маркетинга в России, рассмотрены основные инструменты интернет-рекламы. Раскрыты особенности продвижения товаров и услуг компании в социальных сетях, поисковых системах и Ютубе.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, интернет-реклама, поисковая реклама, продвижение, SMM (social media marketing).

В настоящее время в условиях кризиса большинство организаций ищут более экономные способы продвижения своих товаров и услуг. В связи с этим многие компании «ушли» в интернет и стали активно продвигать свой товар в социальных сетях, в поисковых системах и Ютубе. И на сегодняшний день эффективным способом привлечения клиентов является интернет-маркетинг. Данный вид продвижения довольно популярен среди маркетологов. Основной его целью является привлечение пользователей социальных сетей, которые являются потенциальными клиентами компании.

Представленные в таблице 1 данные свидетельствуют об усилении позиций именно интернет-рекламы на российском рынке [1]. Видно, что в 2015 году прирост рекламы в Рунете составил 6 %. Ее объем оценивался в анализируемом периоде в 7,6 млрд. руб., т.е. 14 % от общего рынка рекламы в России (в 2005 г. доля Интернета составила лишь 2 %).

Таблица 1

Размещение рекламы через разные каналы распространения

Каналы размещения рекламы	2012 год (в %)	2015 год (в %)
ТВ	40.1	39.5
Интернет	18.3	24.3
Газеты	18.7	15.1
Журналы	8.6	6.9
Радио	7.0	6.6
Outdoor (наружная реклама)	6.8	6.9
Кино	0.5	0.6

Большой популярностью в интернет-маркетинге России пользуются такие коммуникационные инструменты, как поисковая реклама, продвижение социальных сетей SMM (Social Media Marketing) и Ютуб (YouTube) [2]. Рассмотрим данные виды инструментов интернет-рекламы подробнее.

Поисковая реклама. В 2000 году идея показа поисковой рекламы Google поставила в основу своей бизнес-модели. Успех Google привлек к такой рекламе

ме пристальное внимание рекламодателей, а также специалистов, определявших направление развития других поисковых систем.

Сейчас все три крупнейшие поисковые системы Рунета: Яндекс, Google и поиск на Mail.ru предлагают рекламодателям целый спектр возможностей поисковой рекламы.

Если есть возможность вывести свой сайт в ТОП 10 по нужным запросам, то зачем за это платить? Но вывести сайт в ТОП по нужным запросам не всегда возможно, а иногда дорого, и не обязательно будет результат с потраченных на SEO (от англ. SEO – search engine optimization, – комплекс мер по внутренней и внешней оптимизации для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей) денег. В таких случаях лучше сделать рекламу для показа на поисковых страницах Яндекса и (или) Гугла. Это гораздо быстрее, чем продвигать сайт в ТОП, довольно часто дешевле и гораздо лучше контролируется. Минимальная сумма на данный момент для запуска рекламы в Гугле 100 руб., в Яндекс 300 руб. – уже этих денег иногда хватает, чтобы попробовать и сделать какие-то выводы [3]. Несомненно, эффективно запускать поисковую контекстную рекламу, чем пытаться поднять сайт в ТОП10.

Продвижение в социальных сетях. Основой SMM является создание и размещение контента доверительного характера на «хорошо просматриваемых» площадках социальной сети. Социальные сети вызывают доверие, показывают ваш профессионализм, повышают продажи.

«ВКонтакте» считается ведущей российской социальной сетью, она подходит для продвижения различных товаров, услуг и ресурсов. На рис. 1 можно увидеть количество пользователей «ВКонтакте» за 2016 год [2]. На данный момент здесь продвигаются больше 120 тыс. компаний. Как видно, большинство компаний опробовали этот канал продвижения своих товаров и услуг. По словам ведущих SMM-щиков России, такой вариант продвижения гораздо эффективнее, поскольку дает высокие результаты, при этом не требует больших вложений. Это при условии, если ведущий проекта специалист в своем деле и выберет эффективные ставки для оплаты просмотров и кликов.

Особенностью канала Facebook является его международность, он охватывает в большей мере зарубежные страны. При умелом подходе эту особенность можно использовать с выгодой для себя. Исходя из статистических данных, основную часть пользователей социальной сети Facebook образуют бизнесмены, руководители и айтишники. И именно поэтому качество всего предлагаемого должно быть на уровне.

Популярностью здесь пользуются определенные виды товаров и услуг:

- Электронные гаджеты;
- Книги (в основном о бизнесе);
- Продажа авиабилетов и туристических путевок;
- Автомобильные аксессуары;
- Продажа и раскрутка брендовой одежды.

С недавних пор Instagram стал полностью доступен через Facebook, поэтому стоит синхронизировать между собой эти оба ресурса [3], что позволит

расширить «площадь поражения» среди пользователей. Дополнительным преимуществом является функция ведения прямых эфиров в разобранных социальных сетях. Эти функции дают возможность приблизиться к своим клиентам, повысить имидж и лояльность по отношению к компании.

ВКОНТАКТЕ

ЕЖЕМЕСЯЧНАЯ АУДИТОРИЯ*

(количество человек, заходивших на сайт хотя бы 1 раз за месяц)

46 617 000

АКТИВНЫХ АВТОРОВ**

(хотя бы 1 публичное сообщение за месяц)

18 798 900

ПОЛ АВТОРОВ**



ВОЗРАСТ АВТОРОВ**

(возраст указан у 32,7% авторов)

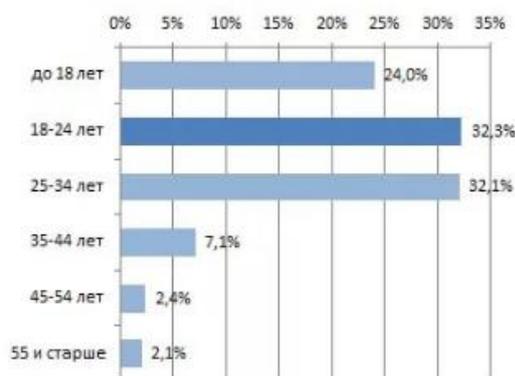


Рис. 1. Ежемесячное количество пользователей ВКонтакте

Ютуб (YouTube). Сейчас, в эпоху интернета, львиная доля трафика уходит в Ютуб. Следовательно, необходимо сделать упор на качественный контент. Особенно следует контролировать содержание видеoinформации.

По статистике, содержание этого канала:

- ✓ видео-контент – 11,3 %;
- ✓ фото-контент – 10,7 %;
- ✓ текстовый – 9,4 %.

К 2020 году по прогнозам, рост доли видео-трафика в мировом трафике составит 79 % [1]. Телевидение постепенно уходит на второй план. Многие блогеры говорят, что будущее в руках интернета, и, в частности, в руках у Ютуба. На данный момент аудитория ТВ – это 50+. И чтобы привлечь молодого зрителя телеканалы тоже постепенно начинают уходить в интернет и показывать свои шоу в прямых трансляциях.

Ютуб дает возможность свободного просмотра причем для просмотра видео нет необходимости находиться дома. Более того, не нужен даже телевизор! Ведь в повседневную жизнь миллионов людей вошли такие устройства, как ноутбуки, планшеты и смартфоны. А доступ в Интернет можно получить посредством популярных на сегодняшний день сетей, таких как Wi-Fi, 3G и т.п. Просмотр видео по сети Интернет доступен в любой точке мира.

На Ютубе более эффективная реклама. В то время, когда по телевизору идет назойливая реклама, большинство телезрителей начинают нервно переключаться с одного канала на другой. Однако хорошо продуманная, забавная и оригинальная реклама может рассматриваться как один из видов развлечений и

распространяться по сети. Например, на YouTube рекламный блок находится с правой стороны от окна видеоролика и не мешает просмотру, делая его комфортным. YouTube также позволяет вставлять рекламу непосредственно в видео. Это может быть короткая реклама в начале или в конце ролика. Применяется и реклама в виде всплывающего окошка, которое при желании можно закрыть нажатием одной кнопки. Все эти рекламные приемы менее раздражительны по сравнению с затяжной рекламой на ТВ. При этом роликом (в котором присутствует реклама той или иной продукции) можно поделиться с друзьями, а это может быть расценено как рекомендация приобретения рекламируемого товара, что автоматически расширяет круг потенциальных покупателей.

В условиях, когда большинство компаний стремятся сэкономить деньги на рекламу, ютуб дает возможность сократить расходы на снятие и распространение видеороликов.

Список литературы

1. Блог Genesis Media [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://media-genesis.ru/> – Заглавие с экрана.
2. Сообщество интернет предпринимателей Genius Marketing [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://geniusmarketing.me/> – Заглавие с экрана.
3. Performance Marketing [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.icontext.ru/performance_marketing/ <https://geniusmarketing.me/> – Заглавие с экрана.

FEATURES OF INTERNET MARKETING

A.A. Sargsyan, Yu.V. Shishakova

Abstract. The article contains the characteristic of modern State of Internet marketing in Russia, discusses the basic tools of Internet advertising. Revealed features to promote products and services of the company in the social networks, search engines and Youtube.

Keywords: Internet marketing, Internet advertising, search engine advertising, promotion, SMM (social media marketing).

Саргсян Ани Айказовна,
Студентка ФГБОУ ВО «УдГУ»,
426034, Россия, г. Ижевск,
ул. Университетская, 1 (корп. 4)
E-mail: emu@inem.uni.udm.ru

Sargsyan A.A.,
Student Udmurt State University
Universitetskaya st., 1/4,
Izhevsk, Russia, 426034
E-mail: emu@inem.uni.udm.ru

Шишакова Юлия Валентиновна,
кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВО «УдГУ»
426034, Россия, г. Ижевск,
ул. Университетская, 1 (корп. 4)
E-mail: emu@inem.uni.udm.ru

Shishakova Yu.V.,
candidate of economics, associate professor
Udmurt State University
Universitetskaya st., 1/4,
Izhevsk, Russia, 426034
E-mail: emu@inem.uni.udm.ru