

Ткаченко В. І. студент гр. ЕК-14-1д

Науменко І.А., ас. каф. ЕІТ – науковий керівник

ВИКОРИСТАННЯ INTERNET–МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ФІРМИ

Запорізька державна інженерна академія, кафедра ЕІТ

Концепція маркетингу за багато років свого існування зазнала багато змін. Сьогодні найбільшій популярності набула модель «маркетингового управління», тобто довгострокового планування і прогнозування, що спирається на дослідження ринку, поведінки і звичок покупця, використання комплексних методів формування попиту і стимулювання посередників, задоволення потреб конкретних цільових груп покупців. В Internet як у новій інфраструктурі маркетингу і збуту поки не діє основний принцип ринкової економіки: попит породжує пропозицію. У центрі сучасної концепції маркетингу перебуває споживач, який уже оцінив переваги інтерактивного контакту з продавцем, головною з яких є швидка реакція на запити, висока швидкість виконання замовлень, зручність отримання майже необмеженої інформації.

Умері Вінс запропонував 11 принципів маркетингу в Internet, дотримуючись яких можна досягти максимальної ефективності:

1. Вивчайте та аналізуйте Internet як засіб реалізації маркетингу.
2. Визначте свої цілі в Internet, щоб вони відповідали іншим маркетинговим зусиллям.
3. Визначте, хто є вашою цільовою аудиторією.
4. Визначити реакцію ваших потенційних клієнтів на ваші пропозиції.
5. Визначте, у чому полягають переваги ваших конкурентів.
6. З'ясуйте, які товари чи послуги найточніше відбивають переваги вашої компанії.
7. Оберіть зброю (інструменти Internet).
8. Вирішіть, за допомогою якої інформації (для клієнтів) і яких механізмів буде реалізований п. 4.
9. Перетворіть інформацію в електронний формат і подайте в Internet.
10. Просування вашої Web-сторінки, просування вашого товару.
11. Прислухайтесь до своїх клієнтів і робіть висновки (це неперервний процес).

Дослідження, проведені в Німеччині, показують, що середній вік відвідувачів Web-серверів становить 29 років; 62% з них або мають вищу освіту, або близькі до її завершення, велика частина звернень до Web-серверів здійснюється з домашніх ПК і з місць роботи, з вузів і шкіл. Швидко зростає кількість фірм, що прагнуть посісти місце в Internet та інших загальнодоступних мережах. У нашій країні користувачів електронної пошти понад 500 тис.

Отже, підприємства повинні пам'ятати, що електронні канали вимагають нової маркетингової стратегії, розрахованої на отримання прибутку через певний час, а не після декількох десятків або сотень звернень до свого сервера.

Список використаних джерел

1. Голік В.С. Ефективність Інтернет-маркетингу в бізнесі. -Диктую, 2008 р., з: 196
2. Бібліотека економіста, використання Internet у маркетинговій діяльності фірми.- Спосіб доступу: <http://library.if.ua/book/97/6730.html>