**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Санкт-Петербургский государственный**

**электротехнический университет**

**«ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина)**

**Кафедра Прикладной экономики**

ЭССе

**по дисциплине «Экономика»**

Тема: Особенности и сущность интернет - маркетинга

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Студентка гр. 3370 |  | Янышева С. Ш. |
| Преподаватель |  | Олехова Н. И. |

Санкт-Петербург

2024

Сегодня традиционные средства массовой информации, такие как радио, телевидение, новости и наружная реклама, теряют свою популярность. Но уже с появлением первых сайтов интернет-маркетинг начал активно развиваться. На данный момент онлайн-стратегии, направленные на привлечение внимания целевой аудитории и на увеличение продаж, активно разрабатываются и используются во всех сферах жизни, постепенно вытесняя традиционные СМИ. Онлайн-продажи - одно из основных направлений онлайн-маркетинга. Они включают в себя технологии, предназначенные для продвижения товаров и услуг в Интернете: увеличение числа посетителей веб-сайта, привлечение новых клиентов, продвижение новых услуг и продуктов, увеличение продаж, улучшения имиджа компании и повышение узнаваемости бренда на рынке.

Можно выделить множество инструментов интернет-маркетинга. Давайте рассмотрим интеграцию нескольких популярных компонентов продвижения в Интернете.

Контекстная реклама - реклама, инициируемая действиями в поисковых системах и на сайтах партнеров. Она отображается после того, как пользователь вводит в строку определенный поисковый запрос. Такая реклама набирает много просмотров и целевых переходов.

Таргетированная реклама - реклама, размещенная в социальных сетях. Основой является выборка пользователей с различными характеристиками, такими как время, демография, география и т.д. Таким образом, таргетированная реклама доступна только определенному слою определенной аудитории.

SEO-продвижение - долгосрочная стратегия. Пользователь заходит в поисковую систему и вводит определенные ключевые слова. Исходя из этого, создается контент и повышается узнаваемость веб-сайта для целевой аудитории.

SMM и маркетинг направлены на увеличение продаж и привлечение новых клиентов с помощью социальных сетей. Предпринимаются усилия по повышению узнаваемости бренда, развитию групп и каналов, разработке контента для конкретной целевой аудитории и работе, а также ведется работа с возражениями и с обратной связью.

Есть еще один метод продвижения - продвижение через лендинг. Лендинг - это одностраничный веб-сайт, созданный для продажи определенного продукта или услуги. Пользователи часто переключаются на эти продукты с помощью рекламы.

Email – маркетинг хорошо работает, когда компания не хочет терять контакты с существующими покупателями. Создаются полезные электронные письма, рассылки, что способствует удержанию существующей клиентской базы.

Influence – маркетинг - это продвижение товаров и услуг через влиятельных людей, лидеров общественного мнения и авторитетов в социальных сетях.

Рассмотрим наиболее важные преимущества интернет-маркетинга. Глобальный охват: онлайн-маркетинг позволяет находить свою целевую аудиторию по каналам в разных странах и корректировать масштаб рекламы в соответствии с поставленными целями. Точность: мощная технология интернет-маркетинга помогает продвигать и продавать товары и услуги людям в нужное время и в нужном месте. Прибыльность: традиционные медиа стоят дороже, чем онлайн-маркетинг, потому что они требуют использования физических ресурсов. Положительный пользовательский опыт: онлайн-маркетинг предоставляет пользователям персонализированный опыт совершения покупок, например, можно отправить письма на основании данных, которыми пользователи делятся с определенной компанией Автоматизация: многие процессы можно настроить один раз, и затем они будут работать сами по себе.

Теперь давайте рассмотрим недостатки интернет-маркетинга. Во-первых, интернет - маркетинг опирается на технологии, с которыми не может справиться один человек (например, медленный Интернет у пользователя). Во-вторых, в Интернете нет возможности "пощупать" продаваемый продукт или услугу. Третье - существует проблема недоверия к платежам в Интернете.

С ростом онлайн – торговли развиваются тенденции привлечения клиентов и увеличения продаж. Рассмотрим новейшие технологии онлайн-маркетинга.

Голосовой и визуальный поиск, превращающий камеру пользователя в панель поиска; мессенджеры в социальных сетях, позволяющие клиентам лично общаться с компанией; чат-боты; веб-сайты, удобные для мобильных устройств. И многие другие тенденции, которые придали импульс интернет-маркетингу и его развитию.

В заключение эссе стоит сказать, что интернет-маркетинг - это самый мощный инструмент привлечения клиентов и увеличения продаж. Благодаря интернет-маркетингу компании могут устанавливать более тесные и долгосрочные отношения с клиентами. С развитием цифровых технологий онлайн-маркетинг продолжает развиваться, предоставляя компаниям новые тенденции и инструменты для увеличения продаж и привлечения новых клиентов.

**список использованных источников**

1. Интернет-маркетинг: особенности, инструменты, стратегии и тренды - рекламное агентство MediaNation // mediantion.ru. URL: <https://medianation.ru/blog/issledovaniya/internet-marketing-osobennosti-instrumenty-strategii-i-trendy/> (дата обращения: 05.11.2024).
2. Интернет-маркетинг: что это - определение, виды, особенности, функции // blog.skillfactory.ru. URL: <https://blog.skillfactory.ru/glossary/internet-marketing/> (дата обращения: 05.11.2024).
3. "Управление маркетингом ресторана в Интернет-среде (на примере ресторана «Гудман»)" // studentu24.ru. URL: <https://studentu24.ru/list/doneprojects/upravlenie-marketingom-restorana-v-internet-srede-na-primere-restorana-gudman---4642> (дата обращения: 05.11.2024).
4. Что такое Интернет-маркетинг: особенности, преимущества, недостатки // smartwebmarketing.ru. URL: <https://smartwebmarketing.ru/baza-znaniy/osnovi-internet-marketinga/nachalo> (дата обращения: 05.11.2024).