



# Лекція 1. Інтернет маркетинг

1.1 Середовище інтернет-маркетингу.

1.2 Визначення інтернет-маркетинг.

1.3 Особливості інтернету як середовища.

1.4 Переваги та можливості інтернет-маркетингу.

## 1.1 Середовище інтернет-маркетингу.

- Комунікація через сайт:
- читання інформації про компанію та її продукти,
- відправка запитів,
- використання інструментів порівняння або вибору товарів та послуг,
- спілкування з іншими покупцями
- тощо.

# Властивості комунікації в Інтернет

- відкладена,
- винятково вербальна,
- емоційно бідна,
- технічно нестабільна.

# Відкладена комунікація

- Залежно від методу, який ми використовуємо для спілкування, ми можемо очікувати на відповідь через кілька хвилин або через кілька годин (електронна пошта), а в деяких випадках навіть через кілька днів (соціальна мережа).
- В інтернет-маркетингу необхідно чіткіше вибудовувати комунікації, робити їх швидшими. Користувачі в Інтернеті є більш вимогливими до обслуговування.

# Винятково вербальна комунікація

- І на сайті, і в рекламних матеріалах основний зміст – слова, тексти. Взаємодіючи з потенційним споживачем в Інтернеті, необхідно розуміти, що змушуємо користувача працювати, щоб він зрозумів нашу рекламу.

# Емоційно бідна комунікація

- У процесі рекламної комунікації через Інтернет також важко передавати емоції: для цього не надто багато коштів. Відеоролики, фотографії, банери – все це може передавати емоції, але основний зміст Мережі - це все ж таки текст.

# Технічно нестабільна комунікація

- Різні технічні накладки бувають постійно: «падає» поштовий сервер, перестає працювати інтернет-канал, втрачені окремі повідомлення.

# Емоційна бідність та виняткова вербальність

- Дві найбільші проблеми інтернет-маркетингу.
- ***Уявіть собі чорно-білу репродукцію кольорової картини - Більшість інформації на ній буде втрачено. А якби оригінал був намальований вугіллям або олівцем, то при чорно-білому друку нічого б не загубилося. Точно так само саме стосується й повідомлень в Інтернеті: нам потрібні такі повідомлення, які будуть зрозумілі після проходження через цей канал.***



## 1.2 Визначення інтернет-маркетинг.

- Маркетинг включає у собі:
- аналіз попиту;
- аналіз конкурентів;
- аналіз можливостей для виробництва;
- формування завдання для виробництва;
- тестування продукту на потенційних споживачах;
- просування товару ринку.

# Інтернет у маркетингу – це середовище для побудови комунікацій.

- **Інтернет** – це інструмент для побудови комунікацій з цільовими групами.
- **Інтернет-маркетинг**-це побудова маркетингових комунікацій через Інтернет.

Через особливості Інтернету як середовища спілкування маркетинг в Інтернеті часом значно відрізняється від звичного. Користувачі більш вимогливі, більш підготовлені і краще знають продукт, менш схильні довіряти відомостям, що отримуються через Інтернет, ніж інформації з інших медіа.

## 1.3 Особливості інтернету як середовища.

- Низька вартість тривалої комунікації.
- Інтернет-маркетинг - це комунікація з сайтом компанії, а не з людьми, проте навіть у тому випадку, коли він діє як канал міжособистісної комунікації, виграш за вартістю виявляється значно більшим, ніж в інших випадках.

# Доступність цільових груп

- Користувачі Інтернету починають поступово відмовлятися від інших джерел отримання інформації.
- Активна частина аудиторії проводить в Інтернеті багато часів в день.

# Швидкість отримання відгуку

- Запускаючи пробну маркетингову акцію, ми вже за кілька годин будемо знати, наскільки вона результативна. Такого, звичайно, не можна зробити, використовуючи звичайні рекламні комунікації, де перші відгуки слід чекати принаймні на дні, а часто й на тижні.

# Легкість моніторингу та дослідження ефективності комунікації

- В Інтернеті можна проводити аналіз, який дає точний прогноз майбутньої ефективності реклами, виявляє проблемні точки, вимірює результат кожної окремої маркетингової дії.
- Найважливіше з перерахованого вище – це, звісно, можливість досягнення цільових груп.



Дякую за увагу!