

## НАПРАВЛЕНИЯ КОМПЛЕКСНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА МЕТОДАМИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

На рынок выходит все большее количество новых компаний, в связи с чем возрастает и уровень конкуренции. Продвижение собственного бизнеса является обязательным аспектом деятельности любой компании. Поскольку большинство людей проводят значительное количество времени в Интернете, интернет-маркетинг является важнейшей составляющей продвижения бизнеса.

Интернет-маркетинг сегодня – это динамично развивающийся сегмент, имеющий большое количество инструментов, которые помогают увеличить эффективность коммерческого предложения и способствуют росту дохода компании в целом. Интернет-маркетинг дает пользователям уникальные преимущества: масштаб охвата, возможность персонализации контента, возможность выстроить долгосрочные взаимоотношения с клиентами. Чтобы добиться эффективности проводимой рекламной кампании, компаниям необходимо в комплексе использовать различные инструменты интернет-маркетинга.

Одно из направлений маркетинга – это привлечение клиентов. Маркетинг в интернете направлен в первую очередь на то, чтобы познакомить людей со своим продуктом и впоследствии продать свои товары или услуги. В отличие от традиционных рекламных носителей, интернет-маркетинг способствует двустороннему общению между бизнесом и клиентом, что поможет удержать клиентов в долгосрочной перспективе.

Основными инструментами продвижения в интернет-маркетинге являются сайты, социальные сети, тематические и новостные порталы, поисковые системы, агрегаторы. Комплексное использование данных инструментов принесет наибольший эффект в продвижении компании, ее продукции или услуг. Каждый из этих инструментов продвижения имеет свою эффективность, однако не все из них подходят для определенной компании.

При помощи интернет-маркетинга компании определяют для себя направления конкурентной борьбы и выявляют конкурентов в рыночной структуре. Интернет-маркетинг способствует не только количественному, но и качественному росту онлайн-аудитории, а также более рациональному вложению денежных средств в привлечение покупателей.

Таким образом, интернет-маркетинг имеет большой потенциал как элемент коммуникационной политики компании с точки зрения активности целевой аудитории, ее однородности, общности интересов, потребности в образовании и саморазвитии, открытости к коммуникации. Тем не менее, прежде чем создавать и выкладывать какой-либо контент в сеть, необходимо сформировать интернет-стратегию, которая будет согласована с бизнес-планом и маркетинговым планом компании.