

возможности персонализации и прямого взаимодействия с потребителями. Контент-маркетинг, интерактивные форматы рекламы, умное таргетирование и другие стратегии помогают бороться с рекламной усталостью и привлекать внимание аудитории. Рекомендации по улучшению мобильного маркетинга включают в себя использование персонализации контента и коммуникаций, создание удобного и интуитивно понятного пользовательского интерфейса.

В целом, перспективы развития мобильного маркетинга связаны с дальнейшим ростом значимости мобильных устройств в повседневной жизни и бизнесе, а также с использованием новых технологий для повышения эффективности маркетинговых кампаний и улучшения пользовательского опыта. Компании, следящие за трендами и готовые к инновациям, смогут успешно взаимодействовать с аудиторией и достигать своих целей в мобильном маркетинге.

**В. В. Попова**

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИНТЕРНЕТА В СОВРЕМЕННОМ МАРКЕТИНГЕ

С развитием современных информационных технологий и Интернета маркетинг стал одним из ключевых инструментов продвижения продукции и услуг. Он предоставляет уникальные возможности бизнесу для привлечения и удержания клиентов. В современном цифровом мире компании, которые успешно используют интернет-маркетинг, получают значительное конкурентное преимущество.

Современный маркетинг в интернете характеризуется рядом особенностей. Во-первых, он предоставляет возможность точного определения целевой аудитории и персонализации коммуникаций. Благодаря сбору и анализу данных о поведении пользователей, маркетологи могут предлагать индивидуальные предложения и рекомендации, что повышает эффективность коммуникации и уровень удовлетворенности клиентов.

Во-вторых, интернет-маркетинг обладает широким спектром инструментов для продвижения продукции и услуг. Это включает в себя контент-маркетинг, социальные сети, электронную почту, поисковую оптимизацию и контекстную рекламу. Компании могут выбирать наиболее подходящие инструменты, учитывая свою целевую аудиторию и цели маркетинговой кампании.

Интернет-маркетинг продолжает развиваться и предлагать новые возможности. Одной из таких возможностей является использование искусственного интеллекта и автоматизации процессов. Системы машинного обучения и анализа больших данных помогают оптимизировать маркетинговые кампании и прогнозировать поведение потребителей.

Интернет предоставляет разнообразные возможности для размещения рекламы. Контекстная реклама, ретаргетинг, рекламные сети и платные

каналы, такие как Google Ads, Facebook Ads, YouTube Ads и другие, позволяют компаниям достигать целевой аудитории с помощью точного таргетинга и оптимизации расходов на рекламу.

Также наблюдается рост значимости мобильного маркетинга. С развитием смартфонов и мобильных приложений, компании активно используют возможности мобильной рекламы и персонализированных уведомлений, чтобы связаться с клиентами в любое время и в любом месте.

В заключение, интернет-маркетинг является неотъемлемой частью современного бизнеса. Он предоставляет компаниям мощный инструмент для привлечения и удержания клиентов. Развитие технологий и постоянное появление новых возможностей делают интернет-маркетинг все более эффективным и перспективным.

**К. С. Сороговец**

## МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В ПОВЫШЕНИИ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ КОМПАНИИ

В цифровую эпоху компании, которые хотят получить конкурентное преимущество и повысить клиентоориентированность, должны использовать маркетинговые интернет-технологии. Появление данных технологий изменило способы взаимодействия компаний с потребителями, открывая новые возможности для повышения качества обслуживания клиентов. Цель исследования – изучить влияние маркетинговых интернет-технологий на уровень клиентоориентированности компании, а также определить наиболее эффективные инструменты для повышения лояльности потребителей.

Принимая во внимание интерпретацию современной концепции маркетинга, компании должны оперативно реагировать на изменяющиеся потребности своих клиентов. Активное использование интернет-технологии в реализации маркетинговых стратегий ведут к высокому уровню вовлеченности, удовлетворенности и лояльности клиентов. Одной из основных маркетинговых интернет-технологий является система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM). CRM-системы позволяют компаниям эффективно вести продажи, собирать, систематизировать и получать доступ к данным о пользователях, включая контактные данные, историю покупок, предпочтения и взаимодействия, и хранить всю информацию о сделках в одном месте.

Оптимизация поисковой системы (SEO) является еще одной важной интернет-технологией, способствующей повышению клиентоориентированности. Благодаря SEO компании улучшают видимость и позиционирование своих веб-сайтов в выдаче поисковых систем, привлекая целевую аудиторию и предлагая им релевантный контент. Мобильный маркетинг, Email-мар-