

к. э. н. Васильченко А. О.

*Беларусь, Пинск, Полесский государственный университет*

## **НОВЕЙШИЕ ПАРАДИГМЫ В РАЗВИТИИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА**

*The article analyzes the main aspects of the development of Internet marketing for 2014. Among them such as: SMM marketing, trends in the use of mobile devices and mobile Internet, as well as the elements of creation, development and promotion of their own websites.*

В настоящее время различные сферы человеческой жизни трансформируются и претерпевают изменения. Исключением в этом не стал и маркетинг. На сегодняшний момент традиционная концепция маркетинга меняется, появляются новые инструменты взаимодействия с клиентом и создаются более востребованные маркетинговые инструменты. Результатом такой трансформации можно считать интернет-маркетинг. Мы живем в XXI веке, где технические и технологические изменения происходят каждый день, а объем потребляемой информации растет в геометрической прогрессии пропорционально процессу освоения данных изменений, соответственно, необходима высокоскоростная система восприятия данной информации. Этой системой является всемирная сеть Интернет.

В современном мире тяжело представить себе деятельность организации по производству любых товаров или оказанию различных услуг без сети Интернет. Интернет-маркетинг имеет достаточно сложную структуру (табл. 1), внутри которой выделяют комплексные функциональные взаимосвязи. Структура процессов содержит последовательные взаимодействия элементов групповых образований.

Важную роль в развитии маркетинга и бизнеса, по мнению автора, играет также SMM маркетинг. Аудитория людей, использующих социальные сети, растет с каждым днем.

Например, Вконтакте. Сайт был создан в 2006 году. За 10 лет количество зарегистрированных пользователей составляет приблизительно 163 млн. чел. и это данные на 01 апреля 2012 года (рис. 1).

Пользователям ВКонтакте доступен характерный для многих социальных сетей набор возможностей: создание профиля с информацией о себе, производство и распространение контента, гибкое управление настройками доступа, взаимодействие с другими поль-

зователями приватно (через личные сообщения) и публично (с помощью записей на «стене», а также через механизм групп и встреч), отслеживание через ленту новостей активность друзей и сообществ.

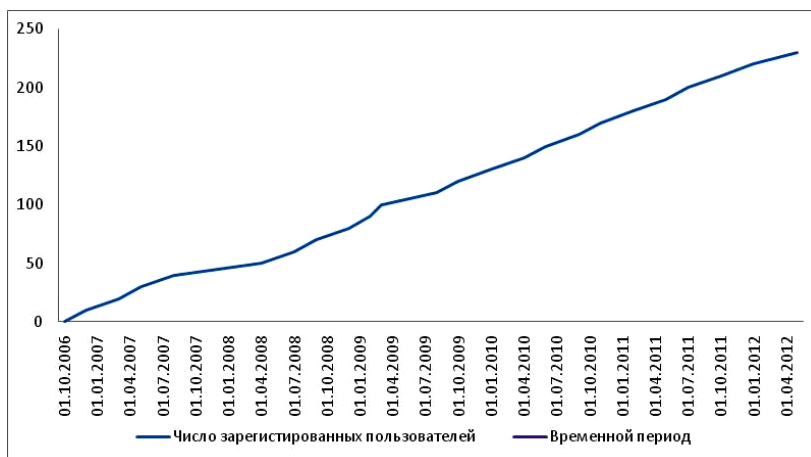
Таблица 1 - Структура интернет-маркетинга

Стратегия	Сайт	Трафик-менеджмент	Контент-маркетинг	PR-активность	Клиент-маркетинг	Аналитика
Бизнес-стратегия	Дизайн и юзабилити	Контекстная реклама	Блог	Публикации о компании	Политика скидок	Google Analytics
Маркетинговая стратегия	Тексты	SEO-оптимизация	Статьи на внешних ресурсах «White Papers»	Спец-проекты	Программы лояльности	Яндекс.Метрика
Стратегия по направлениям маркетинга	Конверсионные цепочки	CPA и лидогенерация	SMM	Пресс-конференции	Акции и спецпредложения	Карта кликов (Webvisor)
Определение KPI и метрик для мониторинга	Повышение конверсии	Баннерная реклама	Youtube	Социально значимые мероприятия	Сегментация	Анализ звонков
Подбор сотрудников		Таргетированная реклама	Slideshare		Сценарии взаимодействия с каждым сегментом	Определение ROI вложений в рекламу
База знаний отдела		Тизерная реклама	E-mail-маркетинг			Анализ KPI и метрик по направлениям маркетинга

**Scientific and Practical Results in 2014. Prospects for Their Development**

Продолжение табл. 1

		Покупка статей и публикаций	Тематические конференции			Конкурентный анализ
		другие платные каналы	Семинары и вебинары			Исследование аудитории
			Выступления			Анализ текущих цен и тарифов
			SERM и мониторинг отзывов			



*Рис. 1. Статистика регистрации пользователей на сайте Вконтакте*

Таким образом, можно сделать вывод, что популярность сайта ВКонтakte растет с каждым днем пропорционально увеличению числа зарегистрированных пользователей. Рейтинг сайта тоже достаточно высок.

Facebook - еще одна не менее популярная социальная сеть. Был создан в 2004 году Марком Цукербергом, который благодаря этому сайту в 23 года стал самым молодым миллиардером. Посещаемость

сайта – 1,32 млрд. чел. зарегистрированных, оборот сайта составляет \$7,872 млрд.(2013), а чистая прибыль – \$2,804 млрд. (2013).

Социальные сети являются наиболее быстрорастущим и перспективным направлением для развития маркетинга. К наиболее развитым относятся: Facebook, ВКонтакте, Одноклассники, YouTube. К развивающимся: LinkedIn, Pinterest, Instagram, foursquare профильные социальные сети. Они также являются хорошей площадкой для развития бизнеса.

Мобильный маркетинг, по мнению автора, является наиболее перспективным направлением развития маркетинга и интернет-маркетинга в частности. Многообразие и много вариантность современных мобильных устройств делают интернет доступным практически в любом месте. По данным ежегодного прогноза Cisco Visual Networking Index™ Global Mobile Data Traffic Forecast for 2013 to 2018, объем мирового мобильного трафика за ближайшие 4 года вырастет в 11 раз и в 2018 г. может составить 190 эксабайт. Ежемесячно в период 2017-2018 гг. трафик мобильного Интернета будет увеличиваться на 5,1 эксабайта, что втрое превышает предполагаемый трафик всего мобильного Интернета в 2013 г. (1,5 эксабайта в месяц).

Основные факторы, влияющие на рост мирового мобильного трафика:

1. Рост числа мобильных пользователей с 4,1 млрд. в 2013 г. до 4,9 млрд. в 2018 г.

2. Увеличение числа мобильных подключений. В 2018 г. число мобильных устройств и подключений достигнет 10 миллиардов (8 миллиардов персональных мобильных устройств и 2 миллиарда межмашинных соединений); в 2013 г. общее число мобильных устройств и межмашинных соединений составило 7 миллиардов.

3. Достижение новых мобильных скоростей. В 2018 г. скорость передачи в мировых мобильных сетях практически удвоится с 1,4 Мбит/с в 2013 г. до 2,5 Мбит/с в 2018 г.

4. Рост объемов мобильного видео. В 2018 г. на долю мобильного видео придется 69 % мирового мобильного трафика, тогда как в 2013 г. этот показатель составил 53 %.

Для оптимизации работы онлайн бизнеса необходимо приспособлять его под мобильные устройства. Маркетинг обладает соответствующим инструментарием: продвижение сайта по мобильному трафику, качественная мобильная контекстная реклама, своевременная рассылка о скидках и распродажах, «удобный» дизайн

## *Scientific and Practical Results in 2014. Prospects for Their Development*

сайта, и конечно, сайт должен адекватно отображаться на различных мобильных устройствах и иметь соответствующее расширение.

Ключевым аспектом интернет-маркетинга является работа с сайтом. Необходимо развитие и совершенствование контент-маркетинга. Контент дословно означает «содержание» или «содержимое», это привлечение клиентов с помощью полезной и интересной информации. Информация контента должна быть содержательной и не иметь скрытого коммерческого смысла.

Структура сайта должна быть максимально простой, а контент – ярким, содержательным и интересным пользователю. Для многих компаний контент-маркетинг является возможностью расширить ассортимент услуг своего бренда и повысить доверие к нему. В результате они часто попадают в свою целевую аудиторию (посредством социальных сетей) и достигают ключевых показателей деятельности. Ключевой особенностью контента 2014 года, на наш взгляд, стала простота восприятия и наглядность поданной информации.

Важна также непрерывная работа с сайтом, постоянное обновление новостей, комплексная работа с брендом в сети. Информация на сайте должна быть интересная, актуальная, полная, достоверная и конкурентоспособная, то есть должна выделять вас среди остальных и показывать особенности, которых нет у других. Необходимо использовать все возможные каналы привлечения трафика, не ограничиваясь только SMM, SEO или контекстной рекламой. Для выполнения этого требования необходим ежедневный тяжелый труд.

Своевременное обновление информации – залог успеха развития сайта. Необходимо постоянное обновление: проведение различных акций, обновление новостей и интересной информации, развитие сайта – добавление различных направлений, разделов, ведение блогов. Также необходимо периодическое обновление дизайна сайта – редизайн. Поисковые системы всегда выбирают регулярно обновляемые сайты, а значит необходимо постоянное обновление актуальной информации, дающей исчерпывающее представление о товаре, корректное его описание, свежие новости в тренде развития товара и отрасли. Сайт не будет застывшей организационной структурой, он должен периодически изменяться.

Необходимо учитывать так называемый «поведенческий фактор». Сайты, на которых посетители проводят большое количество времени всегда в тренде. Особенность высоких поведенческих показателей состоит в грамотной расстановке ссылок на информацию,

содержащуюся в сайте, востребованном и разнообразном контенте, простой навигации и в современном дизайне.

В качестве новинок SEO можно назвать следующие: постоянная работа над развитием сайта, быть привлекательными для поисковых систем, которые также постоянно работают над оптимизацией алгоритмов своих действий для удовлетворения запросов пользователей. Необходимо также позаботиться о разнообразии ссылочного профиля проекта – грамотно и удобно расставленные ссылки и естественное наращивание ссылочной массы - залог успеха вашего сайта.

Новинки в дизайне: мода – вещь изменчивая. Поэтому в дизайне место 3D эффектов заменил flat-дизайн. Его особенность заключается в простоте и повышенном внимании к композиции, геометрии и цвету. Больше не в моде большие конструкции, тени и сложные текстуры. Все это в прошлом. На смену этого пришло плоское, простое изображение, вызывающее точную ассоциацию о предмете. Мода на flat-дизайн появилась благодаря использованию множества гаджетов с различными разрешениями для которых соответствует универсальность плоского дизайна.

Также в моде крупные шрифты в сочетании с яркими, сочными оттенками цвета для большей узнаваемости сайта.

Parallax Scrolling – это анимация, придающая странице 3D эффект, благодаря которому объекты страницы перемещаются с разной скоростью и создают обширнейшее поле для фантазии дизайнеров. Недостатком данного приема является то, что он не универсален и поддерживается всеми мобильными устройствами.

И последнее, что хотелось бы отметить, всегда в моде оригинальность. Не шаблонные стереотипы, креативный взгляд на вещи, следование современным тенденциям, постоянное обновление информации, структуры сайта, яркость и индивидуальность дизайна помогут нам создать конкурентоспособный продукт.

Таким образом, ключевыми особенностями развития интернет-маркетинга в 2014 году стало многократное увеличение использования мобильного трафика. Что послужило основой для новейших тенденций развития дизайна и редизайна сайтов, особенностями которых является переход от 3D дизайна к Flat-дизайну для адекватного отображения информации на устройствах, имеющих различные расширения, то есть произошел переход от трехмерного изображения к плоскому. Идет популяризация и развитие 3-х новых социальных сетей как площадки для ведения бизнеса, изменения в структуре и качественных характеристиках контента, основным условием которого

должна быть простота восприятия информации и ее полезность потребителю. Актуальность, полнота и достоверность используемой информации, а также постоянное обновление сайта – ключевые тенденции для улучшения узнаваемости в поисковых системах.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Багрин Ю. Интернет как новый маркетинговый канал // Маркетинг и реклама. - 1999. - № 11.
2. Информационный ресурс [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%C2%CA%EE%ED%F2%E0%EA%F2%E5>
3. Информационный ресурс [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Facebook>
4. Информационный ресурс [www.cisco.com](http://www.cisco.com) – Режим доступа: [http://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/service-provider/visual-networking-index-vni/white\\_paper\\_c11-520862.html](http://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/service-provider/visual-networking-index-vni/white_paper_c11-520862.html)
5. Информационный ресурс [www.prozhector.ru](http://www.prozhector.ru) – Режим доступа: <http://prozhector.ru/publications/vypusk-43/tendentsii-digital-marketinga-2014/>
6. Маркетинговые коммуникации: учебник: для высших учебных заведений по специальности "Маркетинг" / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. – Москва: Дашков и К°, 2011. – 323 с.
7. Управление маркетингом: [учебник для вузов: перевод с английского] / Н. Капон, В. Колчанов, Дж. Макхалберт. – Санкт-Петербург [и др.]: Питер: Лидер, 2010. – 832 с.
8. Н. Т. Федько, В. П. Федько «Маркетинговые коммуникации». Учебник. Ростов изд. «Феникс» 2002 г. – 225 с.
9. Бушуева Л. И. «Роль интернет-услуг в практической маркетинговой деятельности», публикации в журнале «Маркетинг в России и за рубежом» №4/2001, С. 15.
10. Статья «Интернет-реклама: меньше навязчивости» // Эксперт, 2001 г. -№ 28, С. 36. <http://bigplans.megaplan.ru/content-marketing>