

Интернет маркетинг: преимущества и недостатки

Казибекова Наида Аликулиевна, доктор экономических наук, профессор кафедры социогуманитарных дисциплин, Дагестанский государственный педагогический университет, Махачкала, Россия.

Аннотация: в статье автором рассматриваются вопросы развития интернет торговли в России, а также преимущества и недостатки по сравнению с традиционной торговлей.

Ключевые слова: интернет маркетинг, торговля, контент, информация о товаре.

Abstract: in the article the author examines the development of Internet commerce in Russia, as well as advantages and disadvantages in comparison with traditional trade.

Keywords: internet marketing, trade, content, information about the product.

На сегодняшний день рынок интернет продаж России находится в стадии развития. Интернет маркетинг достаточно многогранен и многие его аспекты имеют под собой собственную уже устоявшуюся законодательную базу и поэтому важной особенностью при рассмотрении комплекса маркетинговых инструментов в интернете - необходимость опираться на российское законодательство, регулирующие составляющие его элементы. В частности, необходимо знание вопросов правового регулирования средств индивидуализации и средств безопасности товара, методов государственного управления качеством товаров; знание правового аспекта организации и оформления доставки товара. В интернет маркетинге каждый канал распределения товаров и услуг оформляется самостоятельным хозяйственно-правовым договором (публичная оферта, договор розничной купли-продажи, договор поставки, договор поручения, договор комиссии, агентский договор, договор лизинга и т. д.). В этой связи знание правового регулирования торговли необходимо для всех участников интернет торговли.

Маркетинговая деятельность в сети интернет имеет преимущества по сравнению с традиционной торговлей для владельцев интернет магазинов:

- дешевая и продолжительная коммуникация с клиентами с помощью компьютерных технологий и продажи товаров в системе on-line;
- нет необходимости в торговых помещениях, складах и торговом оборудовании;
- нет необходимости держать большое количество персонала;
- доступность информации о товаре или услуге;
- экономия трудовых и временных ресурсов;
- огромный охват аудитории благодаря глобальной сети Интернет;
- доступ к предложениям конкурентов;
- скорость отклика клиентов (обратная связь);
- легкость анализа эффективности и мониторинга продаж.

В современных условиях сеть Интернет представляет собой одно из наиболее привлекательных средств для распространения информации о реализуемых товарах и услугах, в то же время интернет-реклама позволяет обеспечить их продвижение на рынок.

Важное значение при продвижении товаров приобретает информация, размещаемая в сети – контент. Контентом может выступать информация о товаре, видеоролики, фотографии, статьи в блоге, различные презентации и т.д. Через контент происходит знакомство с товаром, услугой или компанией. И если выставленный товар, информация или продукт оказываются полезными для потенциальных клиентов, то в этом случае они становятся постоянными покупателями, сайт рекомендуют своим друзьям и знакомым. Уникальность предоставляемой информации в сети при проведении маркетинговых мероприятий по продвижению товаров и услуг ставится во главу угла.

Клиентов интернет торговли привлекают следующие возможности (схема 1):

- сэкономить время на покупку,
- получить скидки на товар,
- удобный способ оплаты за товар,
- бесплатная доставка,
- возможность получить бонусы и подарки от фирмы – производителя;
- широкий ассортимент товара;
- сэкономить деньги;
- удобство делать покупки в любое время;
- приобрести товар, которого нет в традиционных магазинах.



Схема 1. – Виды мотивации покупок в Интернете

В тоже время интернет торговля, по мнению покупателей, имеет целый ряд недостатков:

- на сайтах представлена не всегда достоверная информация о качестве или свойствах товара;
- несоответствие товара с представленными на сайтах фотографиями,
- сложность возврата товара,

- риск быть обманутым и не получить свои деньги обратно;
- проблема доставки товаров в отделенные населенные пункты.

С каждым днем растет число пользователей, а, значит, увеличивается и число опытных покупателей, которые могут с недоверием отнестись к предоставляемой информации. Постоянные пользователи более требовательны, более подготовлены и лучше знают продукт, менее склонны доверять получаемым через Интернет сведениям, чем информации из других медиа ресурсов. Огромное влияние на рост популярности интернет торговли сегодня оказывают социальные сети.

Создание обычной в этом случае рекламы уже малоэффективно, поэтому необходимо создавать качественный материал, который отвечает на запросы аудитории, соответствует ее интересам. Необходимо использовать новейшие методики и средства маркетинга в рамках виртуальной среды интернет, направленные на выстраивание эффективных связей с потребителями, удовлетворение их потребностей и доведение до них информации о товарах и услугах.

Список используемых источников

1. Казибекова Н.А., Агасиева М.Н., Исмиева З.М. Актуальные проблемы развития интернет маркетинга в регионе. Известия ДГПУ, №3, 2018.