

### **«Современные интернет-коммуникации как двигатель торговли»**

В век информационных технологий и ужесточения конкуренции между производителями интернет – коммуникации стали особо значимы для эффективной торговли. Они позволяют достигать максимального результата при использовании минимальных маркетинговых усилий. Стоит отметить, что грамотно составленная интернет – реклама способна выйти из рамок виртуального мира и распространить свое влияние на людей, не имеющих к нему никакого отношения. Однако, при применении интернет – коммуникаций стоит учитывать то, что они несколько отличны от традиционных СМИ и использование некоторых приемов, методов классического маркетинга может не принести желаемых результатов.

Хотелось бы рассмотреть основные элементы маркетинга применительно к интернет – коммуникациям с целью наиболее эффективного их использования.

1.Формирование имиджа. Отличительная черта интернет – коммуникаций в формировании имиджа выражается в возможности выбора из нескольких средств коммуникации – текст, графика, видео, звук, – одного или использование их совместно. Важно помнить, что выбор средств коммуникации зависит от аудитории, на которое направлено сообщение, от их рода деятельности, источника получения сообщения и количества времени, которое они готовы потратить на прочтение данного сообщения.

2.Корпоративный веб-ресурс. Пожалуй, это самый важный элемент при построении интернет – коммуникаций с целью продвижения товара или услуги. Все рекламные сообщения, появляющиеся в сети Интернет, должны содержать ссылку на сайт организации, на котором можно будет без особых усилий найти каталог товаров и услуг, контакты и информацию об организации. Корпоративный веб-ресурс является своеобразной визиткой организации и от его оформления, от информации представленной на нем и своевременной обратной связи можно судить о престиже компании.

3.Баннеры. Баннер представляет собой графическое изображение, которое помещается на веб – странице и имеет гиперссылку на корпоративный веб-ресурс. Баннер, в первую очередь, должен быть качественным, иметь яркий, запоминающийся дизайн и содержать в себе интригу ( тайну) с целью побудить пользователя перейти по гиперссылке.

4. E-mail переговоры. Данный элемент представляет собой большое преимущество при построении интернет – коммуникаций. Прежде всего, здесь хочется отметить экономию средств. E-mail переговоры способны заменить собой общение по телефону и пересылку информации стандартным письмом. Показательно, что данный вид переговоров дает возможность передавать не только текстовую информацию, но и аудио, видео и фотоматериалы, а так же обеспечивает их передачу незамедлительно.

5.Привлечение потенциальных клиентов на корпоративный веб – ресурс. Посещаемость сайта организации говорит о его популярности, но никак не о количествах продаж. Многие компании совершают распространенную ошибку и используют «накрутку» пользователей, что увеличивает просмотр сайта, но на прибыли компании это никак не отражается. Важно вести рекламную кампанию в аудитории, которая является потенциальными покупателями, а не гнаться за количеством «молчаливых» просмотров.

Интернет – коммуникации малоизученные, но активно используемые методы продвижения продаж. Они имеют свои законы, закономерности и принципы. Некоторым организациям они приносят популярность, признание и рост потребителей, другим же

### Секция 03. Актуальные проблемы рекламы и связи с общественностью

несут полный крах и разочарование. Исход использования интернет – коммуникаций полностью зависит от правильного применения методов и приемов маркетинга.