

**Dmytrii Mykov, Chief Specialist of the Department  
for Social Protection of Persons with Disabilities,  
ATO Participants, War and Labor Veterans**  
*Department of Labor and Social Protection of the Population  
Korosten City Council  
Koresten, Ukraine*

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-242-5-18>

## **INTERNET MARKETING AS A COMPONENT OF ELECTRONIC COMMERCE**

### **ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК СКЛАДОВА ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ**

Виклики сьогодення диктують нам певні особливості побудови бізнес-процесів. Якщо розглядати електронну комерцію в цілому, слід аналізувати всі її складові, а саме: мобільна комерція, електронний переказ коштів, управління ланцюгами поставок, інтернет-маркетинг, обробка онлайн-транзакцій, електронний обмін даними (EDI), системи управління запасами та автоматизовані системи збору даних.

Пропоную розглянути, зокрема, інтернет-маркетинг як складову електронної комерції. Інтернет-маркетинг є складовою електронної комерції. Його також називають online-маркетингом. Він може включати такі частини, як інтернет-інтеграція, інформаційний менеджмент, PR, служба роботи з покупцями та продажу. Електронна комерція та інтернет-маркетинг стали популярними з розширенням доступу до інтернету і являють собою невід'ємну частину будь-якої нормальної маркетингової кампанії. Сегмент інтернет-маркетингу і реклами зростає як у споживчому секторі, про що свідчить поява з кожним днем все нових інтернет-магазинів, так і на ринку B2B.

Інтернет-маркетинг – (internet marketing) – застосування всіх аспектів маркетингу в глобальній мережі інтернет, який зачіпає основні елементи: продукт, ціна, місце продажу, просування.

Головною метою ефективного інтернет-маркетингу є досягнення максимального ефекту від цільової аудиторії вебсайту компанії.

Інтернет маркетинг (online-маркетинг) основна складова електронної комерції, великою її перевагою є інтерактивність,

точність таргетингу, можливість детального аналізу, що дозволяє максимально досягти зростання конверсії сайту і ROI.

Розглянемо найбільш важливі переваги інтернет-маркетингу:

– **Глобальне охоплення.** Згідно з даними Statista, 4,3 мільярда людей використовують інтернет, що становить 56% усього населення Землі. Інтернет-маркетинг дозволяє знаходити цільову аудиторію через різні канали в різних країнах і регулювати охоплення реклами відповідно до поставлених завдань. Наприклад, ви можете таргетувати оголошення в Google або Facebook за місцем знаходження користувачів, вибираючи країну, місто і навіть район.

– **Точність.** Крім таргетингу за місцем знаходження, ви можете таргетувати кампанії на підставі гендерної приналежності, віку, звичок і поведінки користувачів. Потужні технології інтернет-маркетингу допомагають рекламувати продукти саме цільовій аудиторії в правильному місці і в той час, коли вони з найбільшою ймовірністю можуть їх придбати.

– **Рентабельність.** Інтернет-маркетинг значно дешевше, ніж традиційний маркетинг, оскільки не вимагає використання фізичних ресурсів. Висока точність робить його економічно вигідним завдяки тому, що ви платите за залучення зацікавлених людей. У випадку з традиційною рекламою можна тільки гадати, якій кількості людей вона здасться релевантною. А припущення і здогадки забирають багато часу і фінансів.

– **Позитивний досвід користувачів.** Інтернет-маркетинг допомагає забезпечити аудиторії персоналізований досвід покупок. Наприклад, ви можете відправляти листи на підставі даних, якими користувачі діляться з вами. Реклама Facebook, в свою чергу, спирається на вподобання користувачів, тобто групи і сторінки, що їм сподобалися.

– **Автоматизація.** Такі процеси, як лідогенерація і утримання клієнтів можна налаштувати один раз і далі вони будуть працювати самостійно. Наприклад, автоматизовані ланцюжки листів – відмінний спосіб полегшити навантаження відділу маркетингу і команди технічної підтримки. Автоматизація дозволяє вчасно відправляти клієнтам необхідну інформацію, яка допомагає їм пройти шлях покупця.

Значною мірою ситуація з COVID-19 вплинула на значний перехід бізнесу саме в напрямок електронної комерції. Разом з тим, у зв'язку з введенням воєнного стану внаслідок військової агресії Російської Федерації проти України ситуація з електронною комерцією потребує

ще більшого розвитку. Оскільки значна кількість підприємств та організації вимушено мають переходити в площину мережі інтернет.

Враховуючи викладене вище, ми бачимо, що значною мірою інтернет-маркетинг розвивається, більш того, з кожним новим викликом сучасності електронна комерція допомагає бізнесам триматись на плаву. Тож для ефективної побудови підприємницької діяльності слід використовувати всі можливі шляхи, і одним з таких дієвих інструментів є інтернет-маркетинг.

### **Література:**

1. Афанасьєва О. П. Інтернет-маркетинг :Опорний конспект лекцій. Харків, Харківський державний університет харчування і торгівлі, 2019. 42 с. URL: [http://elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456.789/1876/1/161\\_Інтернетмаркетинг%20опорний%20конспект% 20лекцій.pdf](http://elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456.789/1876/1/161_Інтернетмаркетинг%20опорний%20конспект%20лекцій.pdf).
- 2 Інтернет-маркетинг: кейси, тренди, інструменти спецкурс для КНУКІМ. 2019. URL: <https://marketing.link/uk/internet-marketing-kejsi-trendi-instrumenti-iii>.
3. Перезовова І. В. Стратегічний маркетинг : навч. посіб. / І. В. Перезовова, Н. Б. Юрченко. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2017. 256 с.