

image not found or type unknown



На сегодняшний день электронная торговля и интернет-маркетинг стали неотъемлемой частью мировой экономики. Количество покупателей товаров с помощью сервисов электронной торговли постоянно растет уже более двадцати лет. Все государственные и коммерческие структуры мира, так или иначе, уже имеют отношения к этой форме торговли. Общий мировой объём продаж только в сегменте рядовых покупателей превысил 1 триллион долларов 5 лет назад. В странах Евросоюза он исчисляется суммой свыше 350 миллиардов долларов. Уже сегодня более 10 % общих расходов населения США на товары повседневного спроса приходятся на электронную торговлю и более 60 % всех продаж связаны с этой формой продвижения товаров.

В России доля электронной коммерции еще 5 лет назад превысила 10 миллиардов евро и имеет стабильный приростом. Свыше 2,5 % розничных продаж в РФ осуществляется через интернет, а по продажам бытовой техники и книжной продукции около 15%. Большинство интернет-магазинов страны имеют юридический адрес в провинции, что серьезно способствует развитию страны. Количество интернет-магазинов давно превысило 50000 и их число стабильно растет каждый год. Все это подтверждает громадные перспективы развития рынка электронной торговли в России и мире.

Одной из главных причин ускоренного развития интернет-маркетинга является успешность рекламных компаний, проводимых посредством глобальной сети интернет. В первую очередь стоит выделить такие виды как контекстная реклама, продвижение товаров и услуг посредством социальных сетей (SMM) и медийная реклама. Для всех видов интернет-рекламы стоит выделить главное качество, определяющее высокую эффективность – точность попадания в целевую аудиторию. Это связано, в первую очередь, с механизмом работы современных браузеров, позволяющих при определенных условиях накапливать важную информацию, а также с наличием тематических ресурсов (сайтов, страниц в социальных сетях, информационных каналов), где можно рационально размещать целевые рекламные предложения.

Популярность медийной рекламы можно легко объяснить популярностью видеоконтента и распространением клипового мышления среди населения. Такая реклама максимально наглядна и привлекательна. Медийная реклама все шире

используется во взаимодействии с контекстной рекламой. При этом серьезно учитываются запросы пользователя в любой форме, то есть реклама в интернете имеет свойство идти навстречу тому, кто уже желает купить. Существенным моментом при разработке рекламных интернет-компаний является составление максимально полного семантического ядра, отражающего информацию, представляющую интерес для потенциального покупателя. Данная информация служит каркасом, на котором строится весь размещаемый для привлечения потенциального клиента контент.

Таким образом, успех современной интернет-рекламы обеспечивается за счет максимально широкого охвата аудитории, отличной наглядности, максимальной точности тематики контента и наличия технических механизмов, позволяющих отследить клиентуру.