

ВЕБ-РЕСУРСИ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Геворкян А.Ю., Гутнева О.А.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

На тлі економічної кризи, скорочення доходів підприємств, поступового зниження ефективності впливу та здорожчення традиційних носіїв маркетингових комунікацій і, як наслідок, перерозподілу витрат на просування, підприємства змушені шукати нові шляхи для залучення споживачів, реалізації більш ефективної комунікаційної взаємодії.

Одним з варіантів вирішення існуючих проблем є мережа Інтернет, яка надає безпрецедентні можливості для формування індивідуальної взаємодії між компаніями та їх клієнтами, сприяє оптимізації документообігу, обміну даними, дає можливості розширити, спростити і водночас прискорити комунікаційні процеси на підприємствах, знизити витрати на просування та розвивати бізнес більш ефективно.

Перед компаніями постає завдання виявлення факторів ефективного використання Інтернету як носія маркетингових комунікацій, формування обґрунтованої стратегії просування на основі веб-ресурсу. Адже, приймаючи рішення про створення веб-ресурсу, компанія повинна визначитись з цілями, задля яких цей ресурс буде створено. Залежно від форми підприємницької діяльності та завдань, що лежать в їх основі, можна виділити декілька типів електронних ресурсів: інформаційний, комерційний та навігаційний.

Веб-ресурси надають широкий спектр можливостей для користувачів: швидкого отримання інформації відносно компанії, її товарів та послуг, реалізації операцій купівлі-продажу, ознайомлення з демонстраційними версіями певних продуктів, пошук необхідної інформації в будь-якій галузі, участь у конференціях, форумах тощо.

Мету подальших наукових досліджень автор вбачає в аналізі переваг, що надають різні типи електронних ресурсів.