

# **ВИВЧЕННЯ ВПЛИВУ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ НА МАРКЕТИНГОВУ ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЙ**

**Казмирчук С.В., Ларка М.І.**

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

Відносно недавно інформаційне суспільство перевершило індустріальне, що призвело до інформатизації всіх сфер життя, рушійними силами якого стали комп'ютеризація, віртуалізація і Інтернетизація. Це повністю і радикально змінило як весь діловий світ, так і звичайну сферу маркетингової діяльності підприємств зокрема.

Можливості Інтернету як віртуального простору, що ґрунтується на здатності комп'ютерної пам'яті майже до миттєвого відтворення інформації, призвели до значного збільшення потоків різного виду інформації, в тому числі і призначеної для комерційного використання, до всесвітнього розширення інформаційних меж, і як наслідок – до створення нової інформаційної картини світу. Прошло відносно небагато часу і Інтернет став чи не найефективнішим засобом комунікації в комерційній сфері з неймовірним набором різноманітних методів інструментів, що і проявляється в надзвичайній ефективності Інтернет-реклами.

Інтернет – це неперевершений засіб для проведення різноманітних маркетингових кампаній, тож розглянемо деякі найбільш відомі і вживані інструменти Інтернет-маркетингу.

Перш за все – це продактплейсмент, як прийом прихованого маркетингу, суть якого полягає в створенні такого мережевого ресурсу, який міститиме в собі завуальований рекламний елемент, який буде постійно взаємодіяти з маркетинговим середовищем майже так само, як і його реальний комерційний аналог.

Сучасні соціальні мережі надають своїм користувачам унікальну можливість безпосереднього контакту зі своїми споживачами в той час, як останні практично цілодобово перевіряють новинні стрічки і оновлюють сторінки свого профілю в мережі. Завдяки цьому організація може бути завжди поруч зі своїми клієнтами і оперативно відповідати на будь-які їх запитання та запити.

Окрема увага приділяється контекстній рекламі, яка відображається лише у тих користувачів, які вже хоча б раз шукали продукцію чи послуги підприємства або шукають її на даний момент.

Переваги використання електронної пошти в рекламній діяльності підприємств проявляються, перш за все, через наявність власної пошти у кожного промислового чи комерційного підприємства та практично у кожної людини, через розширення можливостей використання push-технологій в сфері комунікаційної діяльності і можливості максимально індивідуалізованого спілкування з реальними і потенційними клієнтами.