

ПРОДВИЖЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

О. В. Яшкова

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь*

Научный руководитель Л. Л. Соловьева

Всемирная паутина сильно изменила мировые порядки. Пространство значительно сжалось. Большие массивы информации мгновенно передвигаются в любую точку земного шара, изменяя положение в экономике, политике, личной жизни. Разумеется, Интернет серьезно повлиял и на торговлю. Данные о товарах и услугах можно передавать из своего дома, распространять их сразу множеству людей, передавать заинтересованным клиентам, нейтрализовать большое количество преград в виде границ, финансовых и налоговых порядков, разницы в законах и т. д. Интернет-торговля развивается очень активными темпами. Рекламой называют привлечение внимания к товару или услуге конкретного производителя, торговца, посредника и распространение за их счет и под их маркой предложений, призывов, советов, рекомендаций купить этот товар или услуги [1, с. 165].

Цель работы – изучение современных методов продвижения предприятий розничной торговли в среде интернет.

Продвижение в интернет-маркетинге имеет свою специфику. Все продвижение в интернет-маркетинге осуществляется через Интернет, который является базовой средой.

Современные технологии позволяют приобретать различные товары, не выходя из дома. Для таких услуг создают интернет-магазины.

На примере интернет-магазина товаров для творчества и рукоделия *Businki-lentochki.by* представим варианты продвижения розничной торговли. Владелец интернет-магазина является индивидуальный предприниматель. Ниша интернет-магазина – это товары для творчества и рукоделия.

Для продвижения данного интернет-магазина розничной торговли в сети Интернет используются различные методы.

Первым способом продвижения своих товаров было использование социальных сетей, а именно ok.ru (Одноклассники), vk.com (ВКонтакте), instagram.com (Инстаграм). Важный канал коммуникации с активной, лояльной аудиторией, способ повышения доверия к торговой марке и бренду в целом, метод расширения «обрабатываемой» аудитории.

В ok.ru был создан профиль с названием *Businki-lentochki*, а также группа с одноименным названием. Для продвижения наименования и соответственно товаров необходимо добавление друзей в профиль, а также приглашение заинтересованных людей в группу. Для поддержания заинтересованности людей в группе необходимо выкладывание постов по тематике творчества и рукоделия.

В vk.com наилучшим вариантом продвижения товаров была выбрана группа. Для продвижения группы в социальной среде необходимо было проведение конкурсов. Конкурс предполагает приз, который получает случайный участник, выполнивший несколько условий. Пример условий на рис. 1. По окончании конкурса выбирается победитель посредством рандома чисел в сети интернет. Победитель получает приз, в свою очередь продавец получает практически «бесплатную» рекламу своего товара посредством продвижения группы. Так как участникам конкурса обязательно необходимо «поделиться записью», то о группе узнают все друзья участника. Это позволило продвинуть группу за два конкурса до 2000 человек. Также в группе необходимо постоянное выкладывание постов с мастер-классами по тематике творчества и рукоделия. Продвижение в данной социальной среде также подразумевает приглашение людей, заинтересованных в товарах, в группу. Чем больше количество людей в группе, тем больше потенциальных покупателей имеют предлагаемые товары.

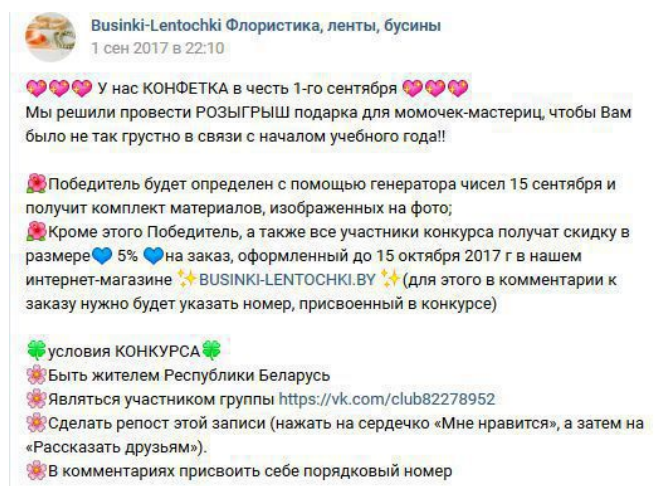


Рис. 1. Правила проведения конкурсов [3]

В [instagram.com](https://www.instagram.com/businki_lentochki.by) был создан профиль **businki_lentochki.by**. Инстаграм подразумевает выкладывание публикаций, т. е. фото с товарами, подписи хэш-тегов, по которым люди смогут найти фото и купить товар. Для продвижения товара необходимо подписываться на других людей, которые могут стать потенциальными клиентами, но также нужно, чтобы люди подписывались на профиль продавца. Людям интересны красивые фото, так как Инстаграмм является средой для публикаций только фото.

Вторым видом продвижения розничной торговли в сети Интернет, а именно товаров для творчества был создан интернет-магазин *Businki-lentochki.by* (рис. 2). Интернет-магазин дал возможность клиентам более удобную возможность приобретения товаров, полную картину актуального наличия товаров.

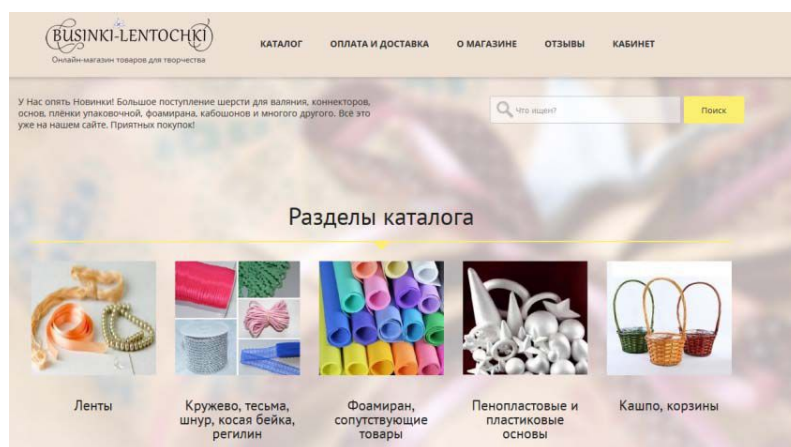


Рис. 2. Интернет-магазин товаров розничной торговли *Businki-lentochki.by* [2]

После создания интернет-магазина социальные сети уже стали не местом продажи товаров, а именно средством продвижения интернет-магазина, так как продажа товаров осуществляется только через интернет-магазин.

Для продвижения интернет-магазина также используются публикации на рекламных и торговых сайтах, а именно tam.by, tolkai.by, kufar.by, onliner.by, moyareklama.by и др.

Большую роль в продвижении данного интернет-магазина также играет размещение на таком сайте как evna.by, так как это сайт, на котором свои изделия могут продавать ремесленники, а они являются потенциальными покупателями товаров интернет-магазина *Businki-lentochki.by*. Но на данном сайте рекламируются также конкуренты. Конкуренентов в данной товарной нише достаточно много.

Следующим способом продвижения товаров в сети интернет посредством интернет-магазина является тематическая рассылка по e-mail с использованием cPanel. После поступления новых материалов для привлечения покупателей на сайт используется рассылка, в результате которой интернет-магазин получает переходы на сайт через рассылку, что повышает посещаемость на сайте и тем самым продвигает сайт в поиске Yandex, Google.

Последним вариантом продвижения интернет-магазина в сети Интернет, который был использован, является интеграция интернет-магазина *Businki-lentochki.by* в рекламную сеть Яндекс (РСЯ). С помощью РСЯ интернет-магазин получает дополнительно до 100 посещений в день, что положительно сказывается на продвиже-

нии магазина в Топ. Но если вышеописанные методы продвижения практически бесплатные, то данный способ продвижения требует вложений, а именно установлена плата за «клик», которую платит интернет-магазин за переход посетителя на сайт посредством рекламы в РСЯ.

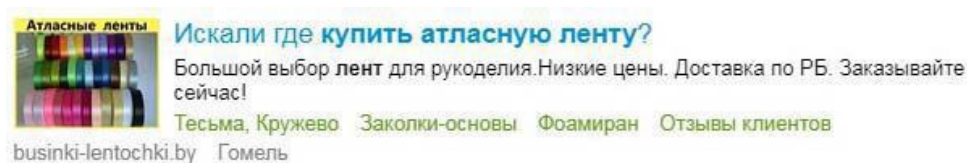


Рис. 3. Пример продвижения интернет-магазина в рекламную сеть Яндекс [4]

Таким образом, на современном этапе развития общества продвижение товаров и услуг в сети Интернет является одним из наиболее перспективных направлений. Увеличение пользователей сети Интернет приводит к постоянному развитию и совершенствованию стратегий и средств интернет-маркетинга, основной целью которого является продвижение товара или услуги.

Л и т е р а т у р а

1. Вирин, Ф. Ю. Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов / Ф. Ю. Вирин. – М. : Эксмо, 2010. – 425 с.
2. Интернет-магазин Businki-lentochki / 2018. – Режим доступа: <http://businki-lentochki.by>. – Дата доступа: 18.03.2018.
3. Социальная сеть Вконтакте / 2018. – Режим доступа: <https://vk.com/club82278952>. – Дата доступа: 17.03.2018.
4. Яндекс Директ / 2018. – Режим доступа: <https://direct.yandex.ru/registered/main.pl?authredirle vel=1521436576.0>. – Дата доступа: 16.03.2018.