

мы, включающие экскурсии с экологическими гидами, участие в экологических проектах и обучающие семинары по охране окружающей среды.

5. *Агротуризм*. В Беларуси развито сельское хозяйство, поэтому туристы могут посетить фермы, участвовать в работе на полях и познакомиться с местными традициями. Эти виды туризма позволяют путешественникам активно провести время и открыть для себя удивительные природные и культурные достопримечательности Беларуси.

6. *Экстремальный туризм*. Для любителей экстрима и адреналина подойдут такие виды туризма, как бейсджампинг, парашютизм, скачки на водном мотоцикле, альпинизм и другие экстремальные виды спорта. Эти виды активного отдыха требуют хорошей физической подготовки, но приносят незабываемые впечатления и ощущения свободы.

Активный туризм также способствует развитию туристической инфраструктуры в различных регионах мира, создавая новые рабочие места и стимулируя развитие местного сообщества. Кроме того, активные виды туризма способствуют сохранению природы и экологическому балансу, поскольку туристы, ценящие природу, стремятся к ее сохранению.

Таким образом, активные виды туризма предоставляют уникальную возможность сочетать отдых с приключениями, заботой о здоровье и окружающей среде, а также расширять свой кругозор и получать новые эмоции и впечатления.

Л и т е р а т у р а

1. Новиков, В. С. Инновации в туризме : учеб. пособие / В. С. Новиков. – 3-е изд., испр. и доп. – М., 2010. – 208 с.
2. Олюнина, И. В. Развитие инклюзивного туризма в Республике Беларусь / И. В. Олюнина // Женщины-ученые Беларуси и Польши : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 26 марта 2020 г. / редкол.: И. В. Казакова, И. В. Олюнина (отв. ред.) ; Белорус. гос. ун-т. – Минск, 2020. – С. 110–112.

УДК 659.1:004.738.5

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТОРГОВЫХ ПРОЦЕССОВ И РЕПУТАЦИИ КОМПАНИИ НА ПРИМЕРЕ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА WILDBERRIES

Е. А. Шамберова, А. А. Кулеш, И. Н. Ридецкая

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

Научный руководитель И. Н. Ридецкая

Пути повышения эффективности и качества взаимодействия организации и клиентов в сети интернет.

Ключевые слова: реклама, интернет-маркетплейс, товар.

**USING ONLINE ADVERTISING TO ENHANCE
THE EFFECTIVENESS OF TRADING PROCESSES
AND THE REPUTATION OF THE COMPANY
ON THE EXAMPLE OF THE ONLINE STORE WILDBERRIES**

E. A. Shamberova, A. A. Kulesh, I. N. Rydzetskaya

Sukhoi State Technical University of Gomel, Republic of Belarus

Science supervisor I. N. Rydzetskaya

Ways to improve the efficiency and quality of interaction between the organization and customers on the Internet.

Keywords: advertising, online marketplace, product.

Современную жизнь невозможно представить без рекламы, сейчас она повсюду. И это не удивительно так как управление бизнесом невозможно без должного уровня рекламы в продвижении товаров или услуг.

Реклама – это информация, которая привлекает внимание потенциальных клиентов к продукту, бренду или услуге. Существует множество ее форматов: от текстовых объявлений в интернете до плакатов на улице. Многие компании используют сразу несколько типов рекламы, чтобы охватить широкую аудиторию. Иначе говоря, реклама помогает потребителю выбрать из большого количества товаров именно тот, который наиболее полно удовлетворяет его потребности [1].

Целью данной работы является выявление путей повышения эффективности и качества взаимодействия организации и клиентов в сети интернет, а также разработка рекомендаций по созданию рекламной кампании для интернет-маркетплейса Wildberries.

Сейчас многие предприниматели стремятся разместить свой товар на Wildberries. Это один из самых популярных маркетплейсов, который позволяет онлайн-ритейлерам в разы увеличивать прибыль. «Оборот за 2023 г. составил более 2,5 трлн руб. Прогноз на 2024 г. есть – планируем рост примерно на 60 % к 2023 г.», – отметила Татьяна Бакальчук. Глава Wildberries также добавила, что более точный прогноз будет раскрыт ближе ко второй половине 2024 г. В первом полугодии 2023 г. Wildberries увеличил оборот от продаж товаров и услуг (GMV) на 94 % в годовом выражении – до 1,221 трлн руб. Оборот площадки за 2022 г. возрос по сравнению с предыдущим годом на 98 % и достиг 1,669 трлн руб. [2].

Выделяют четыре элемента маркетинговых коммуникаций: реклама; формирование благоприятного общественного мнения о предприятии и его товарах, называемое также PR; личные контакты и продажи; комплексные формы продвижения товаров на рынок и содействия продажам. Интернет-реклама по сравнению с традиционными средствами имеет ряд преимуществ, больше возможностей и входит во все элементы комплекса маркетинговых коммуникаций:

– во-первых, выполняя рекламные функции, интернет-реклама представляет товар потребителю и ускоряет процесс реализации. Для этих целей наиболее подходят такие средства, как электронная почта, баннер и веб-страница;

– во-вторых, интернет-реклама может выполнять функции PR, касающиеся публицити, формирования и защиты имущества, спонсорства и меценатства, а также лоббирования интересов. Для этого могут использоваться также электронная почта, баннер и веб-страница;

– в-третьих, при организации предприятием выставок и ярмарок может осуществляться их виртуальное сопровождение. В последние годы усилилась роль ярмарок и выставок в процессе продвижения товаров, и представляется рациональным выделить их в отдельный элемент комплекса маркетинговых коммуникаций;

– в-четвертых, Интернет способствует поддержанию личных контактов и продаж, так как быстрота реакции через Интернет идентична устному представлению товара или услуги в ходе беседы с одним или несколькими потенциальными покупателями. Подобное представление можно соотнести с устной рекламой. Для этого используется прямая почтовая рассылка рекламных предложений, являющаяся элементом директ-маркетинга. Кроме того, в последние годы активно формируется сеть электронных магазинов, в организации которых активно используются все средства интернет-рекламы;

– в-пятых, интернет-реклама может быть составной частью сейлз-промоушн, поскольку через нее возможно проводить презентацию товара, в частности, при продвижении товаров программного обеспечения. Таким образом, интернет-реклама встраивается в общий комплекс маркетинговых коммуникаций и может выполнять интегрирующую функцию. Использование интернет-рекламы в комплексе маркетинговых коммуникаций может дать ощутимое преимущество за счет низкой цены, возможности постоянного обновления, небольшого числа сотрудников, занимающихся ее обработкой, возможности быстрого определения ее эффективности [3].

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод что использование интернет-рекламы для повышения эффективности торговых процессов и репутации компании в случае интернет-магазина «Wildberries» включает в себя ряд стратегий:

1. *Целевая реклама*: направленное рекламное объявление привлечет внимание потенциальных покупателей, что может привести к повышению продаж. Реклама работает путем определения целевой аудитории, которая наиболее вероятно будет заинтересована в продуктах или услугах компании. Затем рекламные сообщения и материалы направляются именно этой аудитории, чтобы привлечь их внимание и стимулировать к действию, например, к покупке продукции. Также могут применяться инструменты аналитики для отслеживания эффективности рекламной кампании и ее оптимизации.

2. *Социальные медиа*: вариантов продвижения маркетплейсов много. Среди них можно выделить условно бесплатные варианты и платные. Условно бесплатные: создание групп в социальных сетях; ведение экспертных блогов на сторонних площадках; создание Youtube-канала с видеороликами. Платные: реклама в социальных сетях; таргетированная реклама от поисковых систем и рекламные видеоролики. Есть и другие способы, которые влияют на продвижение, – коллаборация с партнерами, реклама на радио- и телевидении, методы прямого маркетинга. Также популярным способом продвижения является ведение экспертных блогов на интернет-площадках, таких, как ВКонтакте, Инстаграм, Facebook, TikTok и др. Этот метод достаточно простой и эффективный – главное создать аккаунт/группу/блог и начать рассказывать о возможностях. Благодаря этому способу, покупатели становятся более проинформированы о маркетплейсе, знают, какой ассортимент он предлагает, его функции и др. Это позволяет привлечь внимание не только к самому маркетплейсу как таковому, но и к покупке товара.

3. *Поисковая оптимизация*: оптимизация интернет-магазина для поисковых систем поможет увеличить его видимость в поисковых результатах, таким образом, увеличивая поток посетителей и возможно потенциальных клиентов.

4. *Электронная рассылка*: регулярная электронная рассылка акций, новостей и

другой информации о продукции магазина может способствовать удержанию клиентов и повышению узнаваемости бренда. В целом, эффективное использование интернет-рекламы требует комплексного подхода и постоянного анализа результатов для повышения эффективности торговых процессов и укрепления репутации компании.

5. *Партнерский маркетинг*: участие в партнерских программах и совместных акциях с другими компаниями может помочь увеличить охват аудитории и привлечь новых клиентов для интернет-магазина.

6. *Видеореклама*: создание и размещение видеорекламы о продукции интернет-магазина на популярных платформах, таких как YouTube, может привлечь больше внимания и расширить аудиторию. Wildberries также работает с блогерами и знаменитостями для продвижения своего бренда и продукции.

7. *Аналитика и тестирование*: использование инструментов аналитики поможет определить наиболее эффективные рекламные каналы и стратегии, а также проведение тестов позволит оптимизировать рекламные кампании.

8. *Онлайн-рецензии и отзывы*: Wildberries предоставляет возможность клиентам оставлять отзывы о продуктах на сайте после их покупки. Эти отзывы видны другим покупателям и помогают им принять решение о покупке. Каждый продукт на сайте имеет рейтинг, основанный на отзывах покупателей. Это помогает клиентам быстро оценить качество товара. Wildberries активно отвечает на отзывы и вопросы покупателей, решая возникающие проблемы, проводит модерацию отзывов, чтобы предотвратить размещение недобросовестных или некорректных отзывов. Иногда Wildberries предлагает бонусы или скидки за написание отзывов о продуктах, что стимулирует клиентов делиться своим мнением. В целом, система онлайн рецензий и отзывов помогает Wildberries поддерживать высокое качество обслуживания, улучшать ассортимент товаров и привлекать новых клиентов.

Эти методы, в сочетании с профессионально разработанной интернет-рекламной стратегией, помогут интернет-магазину Wildberries улучшить репутацию, привлечь новых клиентов и продавцов, а также увеличить эффективность торговых процессов. Для попадания в ТОП необходимо применять комплексный подход и работать над всеми перечисленными факторами, поскольку каждый из них сказывается на ранжировании. Также необходимо сформировать правильный ассортимент, в котором будут представлены актуальные востребованные позиции.

Л и т е р а т у р а

1. Яндекс реклама. – Режим доступа: <https://yandex.ru/adv/edu/materials/reklama>. – Дата доступа: 02.05.2024.
2. Новостной канал. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/news/wildberries-ozhidaet-rost-oborota-v-2024-godu-na-60/>. – Дата доступа: 02.05.2024.
3. Зорька, О. И. Использование интернет-рекламы для повышения эффективности торговых процессов / О. И. Зорька, 2020.