

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Воробйова Н.О.

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

У даній роботі розглядена проблема та значення запровадження сучасних комунікаційних технологій у систему маркетинга організації.

Маркетингові комунікації – це сукупність повідомлень, націлених на ринок, та комунікаційні канали, що використовуються організацією. Раніше дані повідомлення досягали потенційних споживачів та громадськості за допомогою основних інструментів маркетинга через традиційні канали зв'язку, такі як проведення спеціальних акцій, інформування через телебачення, радіо, друковані видання. В останні десятиріччя одним з найважливіших каналів маркетингових комунікацій став Інтернет.

Згідно результатів дослідження агентства InMind, за станом на другий квартал 2010 року в Україні нараховувалось 12,6 млн регулярних користувачів Інтернету, при чому відбувся зріст їх долі у порівнянні з кінцем 2009 року на 4%. При такій активній динаміці росту Інтернет-користувачів прогнозується, що у найближче десятиріччя саме Інтернет стане головною середою досягнення маркетингової інформації споживачів.

Інтернет- маркетинг – це практика використання аспектів реклами у мережі Інтернет для отримання відгуків від аудиторії, яка включає як творчі, так і технічні аспекти роботи у мережі Інтернет, у тому числі дизайн, розробку, рекламу та маркетинг. Завдяки швидкості розповсюдження інформації саме цей вид комунікацій сприяє більш тісній інтеграції виробника зі споживачем, дозволяє закріпити відношення з клієнтами. Крім того, це найшвидший та найдешевший спосіб вивчення ринку, його сегментування. Саме при використанні Інтернет- комунікацій найбільша вірогідність отримання зворотних повідомлень та найбільша їх кількість, так як даний зв'язок не особистісний і не потребує додаткових витрат часу та коштів з боку споживачів, щоб висловити свою думку про товар.

Однією з найважливіших сфер Інтернет-маркетингу в останні роки стала електронна комерція. Сьогодні такий вид комерції – основна функція мережі Інтернет. Майже кожна організація так чи інакше користуються її можливостями.

В умовах розвитку сучасного світу неможливо ігнорувати інноваційні технології, особливо такі всеохоплюючі як Інтернет. Грамотне використання нових можливостей, що надаються Інтернет-технологією, здатне вивести організацію на якісно нову позицію на ринку.