

Применение маркетинговых схем в электронной коммерции

Брагина Е.Л.

Студентка

3-й курс, факультет налогов и налогообложения

Финансовый университет при Правительстве РФ

Россия, г. Москва

Волкова С.О.

Студентка

3-й курс, факультет налогов и налогообложения

Финансовый университет при Правительстве РФ

Россия, г. Москва

Колесников А.В.

Студент

3-й курс, факультет налогов и налогообложения

Финансовый университет при Правительстве РФ

Россия, г. Москва

Научный руководитель: Липатов Вячеслав Анатольевич, к.п.н, доцент Финансового университета при Правительстве РФ.

Аннотация. Данная статья посвящена одной из основных проблем в маркетинге – развитию маркетинговой стратегии для электронной коммерции в современных условиях конкуренции. В статье рассмотрены различные методы использования маркетинговых схем, основные способы распространения информации и привлечения новых клиентов.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговые схемы, реклама, электронная коммерция, социальная сеть.

APPLYING OF MARKETING SCHEMES IN ELECTRONIC COMMERCE

Bragina E.L.,

student

3rd year, faculty of taxes and taxation

Financial University under the Government of the Russian Federation

Russia, Moscow

Volkova S.O.,

student

3rd year, faculty of taxes and taxation

Financial University under the Government of the Russian Federation

Russia, Moscow

Kolesnikov A.V.,

student

3rd year, faculty of taxes and taxation

Financial University under the Government of the Russian Federation

Russia, Moscow

Academic advisor: Vyacheslav A. Lipatov, PhD, associate Professor of the Financial University under the Government of the Russian Federation.

Abstract. This article is devoted to one of the main problems in marketing - development of marketing strategy for e-commerce in modern competitive conditions. The article deals with different methods of using marketing schemes, the main methods of information distribution and attracting new customers.

Keywords: marketing, marketing schemes, advertising, e-commerce, social network.

Маркетинг электронной коммерции – это процесс привлечения внимания и действий к бизнесу, который продает свой продукт или услугу в электронном виде. Маркетологи электронной коммерции могут использовать социальные сети, цифровой контент и поисковые системы для привлечения пользователей и совершения покупок в интернете.

Реклама в электронной коммерции – это высокоэффективный метод, который можно реализовать при разработке маркетинговой стратегии электронной коммерции, направленной на продвижение вашего товара или услуги.

По какой причине стоит привлекать методы интернет-маркетинга? Почему интернет-маркетинг более привлекательный, нежели маркетинг без использования информационных технологий?

Зачем же нужен интернет-маркетинг, если коммуникация через информационные технологии вызывает затруднения и реклама через телевизор пользуется большей привлекательностью у населения? Реклама в Интернете составляет лишь 3% от общего объема рынка рекламы. Зачем же нужен интернет-маркетинг? Интернет-маркетинг пользуется огромными преимуществами.

Преимущества интернет-маркетинга:

- дешевизна длительной коммуникации
- доступность целевых компаний
- скорость получения отклика
- легкость прогноза и исследования действенности коммуникации

Маркетинговые схемы

Ключевые слова в Google и YouTube

Как известно, более миллиарда пользователей используют такие площадки, как Google и YouTube. Чтобы найти новых клиентов, стоит обратиться к данным платформам. Один из наиболее эффективных способов: применение коротких ключевых слов в строке поиска. Например, если вы продаете свадебные платья, то запрос в Google «розовое платье для подружки невесты» с большей вероятностью приведет к появлению страниц с похожими товарами, если вы добавите ключевые слова на эту тему на страницу своего сайта.

Стоит также привязать поиск ключевых слов по фотографиям, которые непосредственно связаны с вашим продуктом, а также создать обучающие видео для ваших покупателей, в которых будет подробная инструкция по использованию товара. Благодаря этому можно привлечь больше людей, повысить их удовлетворенность и построить долгосрочные отношения с посетителями сайта.

Реклама в Facebook

Facebook является одной из мощных рекламных платформ, доступных для маркетологов со всего мира. Здесь можно настроить таргетинг своих объявлений на местоположение, возраст, язык, интересы и т.д. Например, компания Purple, которая производит матрасы, заработала миллионы долларов, просто разместив рекламу на Facebook.

Маркетинг в Instagram

Instagram является подходящей платформой для компаний, занимающихся электронной коммерцией, поскольку она позволяет публиковать фотографии и видео товаров, а также расширить охват вашего продукта. Статистика использования Instagram для бизнеса представлена на рис.1.

Рис.1. Instagram by the Numbers. Instagram for Business



Партнерский маркетинг

Примерно 81% брендов используют партнерский маркетинг. Это вызывает интерес к продуктам с помощью такой эффективной маркетинговой тактики. Суть состоит в том, что блогеры или компании помогают продавать ваш продукт онлайн за платную рекламу или бартер.

Отзывы

Вы можете использовать отзывы клиентов, чтобы рассказать о том, насколько хорош или плох ваш продукт. Это также является стимулом для развития, потому что никто не хочет получать плохие отзывы.

Чат-бот

Это один из двух способов использования стратегии живого чата. То есть независимо от того, каким образом вы решите общаться с клиентами, живой чат окажется очень эффективным, когда люди будут просматривать ваш сайт, ведь они могут задать интересующие их вопросы и получить сразу же ответы.

Раздел по часто задаваемым вопросам

Разместите на своем сайте раздел по часто задаваемым вопросам. Таким образом, когда ваша аудитория будет задаваться вопросами, связанными с вашим продуктом, у вас будет раздел, где будут все ответы и объяснения. Это отличный способ сэкономить время, повысить авторитет и привлечь больше людей.

Рекламная рассылка

Почтовый маркетинг является одной из старейших форм цифрового маркетинга, и он имеет особое значение в мире маркетинга электронной коммерции. По сути, это просто отправка рекламных писем людям, которые дали вам разрешение. Несмотря на популярность социальных сетей, электронная почта для многих все еще остается каналом связи № 1. 91% потребителей проверяют свою электронную почту ежедневно.

Локальный маркетинг

Используйте файлы cookie для отслеживания, чтобы определить местонахождение ваших потенциальных клиентов. Затем предложите скидку или бесплатную доставку в тех местах, где у вас есть филиалы или склады.

Программа лояльности

Программа лояльности дает стимул постоянным клиентам продолжать сотрудничество с вами через соответствующие скидки или предложения.

Адаптивный дизайн сайта

Благодаря адаптивному дизайну ваш сайт будет доступен для просмотра с любого устройства. Это означает, что в мире, где люди постоянно посещают веб-сайты, ваш контент будет легко читаться и прост в навигации для всех пользователей.

Основные советы по созданию успешного маркетингового плана для интернет-магазина

- Транслировать в мир социальные сети
- Научиться осуществлять тематический медиа-контент
- Научиться производить контент-маркетинговый мессенджер с определенным предложением
- Научиться гнать трафик
- Освоить осуществление бесплатных консультаций, разборов, стратегических сессий
- Посещать активные события
- Проводить аналитику либо декомпозицию.

Список литературы

1. *Нестеренко А.* Интернет-маркетинг для МЛМ и не только. 7 шагов к успеху. М.: Эксмо, 2020.
2. *Вирин Ф.Ю.* Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов. М.: RuLit, 2010.
3. *Christina Perricone.* Everything You Need to Know About Ecommerce Marketing. М.: HupSpot, 2020.
4. *Seray Keskin.* 13 Best E-Commerce Marketing Strategies for 2020. М.: Sleeknote, 2020.