

THE ROLE OF INTERNET MARKETING IN THE MODERN WORLD. COMPARATIVE ANALYSIS OF TRADITIONAL MARKETING AND DIGITAL MARKETING

**Raskatova A.A. (Russian Federation)
Email: Raskatova514@scientifictext.ru**

*Raskatova Alina Andreevna – Bachelor,
FACULTY OF INTERNATIONAL RELATIONS,
FEDERAL STATE AUTONOMOUS EDUCATIONAL INSTITUTION OF
HIGHER PROFESSIONAL EDUCATION
KAZAN FEDERAL UNIVERSITY, KAZAN*

Abstract: *this article includes the information about the role and place of Internet marketing in the modern world. Based on theoretical data, the author identifies a number of advantages and disadvantages of traditional marketing and digital, followed by a comparative analysis. In addition, the article includes conclusions on the development trends of digital marketing in the world. In conclusion, the author concludes that there is a competent combination of all marketing tools for the effective promotion of companies' products.*

Keywords: *marketing, Internet marketing, comparative analysis, the role of Internet marketing, promotion, sales.*

РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ТРАДИЦИОННОГО МАРКЕТИНГА И DIGITAL-МАРКЕТИНГА

Раскатова А.А. (Российская Федерация)

*Раскатова Алина Андреевна – бакалавр,
факультет международных отношений,
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
Казанский федеральный университет, г. Казань*

Аннотация: *в данной статье рассматриваются роль и место Интернет-маркетинга в современном мире. На основании теоретических данных автор выявляет ряд преимуществ и недостатков традиционного маркетинга и цифрового, после чего следует их сравнительный анализ. Кроме того, статья включает в себя выводы относительно тенденций развития digital-маркетинга в мире. В заключение статьи автор делает вывод о грамотном сочетании всех маркетинговых инструментов для эффективного продвижения продукта компаний.*

Ключевые слова: *маркетинг, интернет-маркетинг, сравнительный анализ, роль интернет-маркетинга, продвижение, продажи.*

В настоящее время современные технологии играют неотъемлемую часть нашей жизни. Смартфоны, ноутбуки с выходом в Интернет являются важным атрибутом нашего ежедневного существования. Каждый день мы поддерживаем связь с друзьями, находим самые свежие новости и, конечно, совершаем покупки в сети. Именно поэтому все большее число компаний внедряют цифровой маркетинг в свою систему продвижения продаваемого продукта.

Согласно статистическим данным на 2019 год, в сети Интернет было зарегистрировано свыше 1,94 миллиарда сайтов. Это говорит о том, что все больше покупателей нацелены на совершение покупок в сети, а как известно, спрос рождает предложение. Также, важным моментом digital-маркетинга является мобильный интернет, использование которого составило 48,2% на 2019 год, а также мобильные приложения, как еще один современный способ продвижения.

Роль Интернет-маркетинга в наши дни, действительно, велика. В связи с этим, зачастую, большое количество компаний делают главный акцент именно для digital сферу, в чем заключается их главная ошибка. Необходимо помнить, что Интернет-маркетинг, это в первую очередь “Интернет”, а уже затем “Маркетинг”. Необходимо найти правильный баланс и выработать стратегию компании в зависимости от ситуации, а именно целей компании.

Рассуждая об отличиях Интернет-маркетинга и традиционного, следует выделить несколько пунктов. Во-первых, это скорость подачи информации. В то время, когда информация доходит до покупателя в зависимости от скорости Интернета, традиционный маркетинг показывает нам тенденцию, заключающуюся в том, что чем больше бизнес, тем больше увеличивается расстояние до покупателя. Во-вторых, охват. Сеть Интернет охватывает весь мир, продаваемый продукт (при желании) смогут увидеть покупатели из любой страны. Традиционному маркетингу свойственны трудности попадания на новый рынок. Третьим важным пунктом являются затраты на маркетинг. В двух случаях суммы, необходимые для качественного продвижения продукта зависят от целей и задач компании. Кроме того, хотелось бы упомянуть о маркетинговых исследованиях. Естественно, что в сети Интернет это сделать гораздо проще. Люди охотнее соглашаются оставить обратную связь, заполнив лишь форму заявки, состоящую из нескольких вопросов, что чаще всего даст им дополнительный бонус (рассылка информации, скидка, подарок). Говоря о традиционном маркетинге, люди сложнее идут на контакт в связи с нежеланием, нехваткой времени. Кроме того, это сложный и энергозатратный процесс, на организацию которого потребуются немалые вложения. Заключительным критерием мне бы хотелось отметить эффективность маркетинговой деятельности. Этот вопрос является

ключевым, именно из-за него происходят споры экспертов. В случае традиционного маркетинга, расчет эффективности - долгий и трудоемкий процесс, результаты которого можно проследить лишь после завершения маркетингового мероприятия. Зачастую, данные оказываются неточными, с погрешностями, что не дает возможности в полной степени оценить результат проведенной работы. Что касается Интернет-маркетинга, благодаря различным инструментам, такими как Яндекс.Метрика или Google Analytics, эффективность рассчитывается точно и быстро благодаря таким данным, как показатель количества посетителей, переходов на страницу, покупок в сети, различного рода конверсий, опросов в Интернете и так далее.

В заключении хотелось бы подытожить сказанное и сделать вывод о том, что Интернет-маркетинг, действительно, играет огромную роль в процессе продвижения продукта. Именно благодаря нему, компаниям легче совершать продажи, а покупателям совершать покупки. Интернет-маркетинг обладает огромным количеством преимуществ, но все же не стоит делать акцент лишь на него. Необходимо также учитывать традиционный маркетинг, отталкиваться от ситуации и умело комбинировать два подхода в своем продвижении.

Список литературы / References

1. *Зимина С.С.* Сравнительная характеристика традиционного маркетинга и Интернет маркетинга. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnitel'naya-harakteristika-traditsionnogo-marketinga-i-internet-marketinga/> (дата обращения: 12.12.2019).
2. *Маркова Н.* Традиционный маркетинг VS digital-маркетинг: что выбрать молодому бизнесу. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.cossa.ru/234/95583/> (дата обращения: 12.12.2019).
3. Статистика Интернета-2019: трафик, сайты и блоги, домены, социальные медиа, онлайн-реклама и электронная коммерция - свежие цифры и факты // *Denisov*. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://sdvv.ru/articles/elektronnaya-kommertsiya/statistika-interneta-2019-trafik-sayty-i-blogi-domeny-sotsialnye-media-onlayn-reklama-i-elektronnaya/> (дата обращения: 24.12.2019).