

Способы монетизации, возможные для блогов в Беларуси, — репортажи, обзоры, отзывы, упоминания, нестандартные варианты сотрудничества.

Преимущества корпоративного блога: создание виртуального сообщества коллег и потребителей; ведение легче, чем наполнение сайта, прямая коммуникация и обратная связь; стимулирование обмена мнениями; высокий уровень доверия информации; не требует значительных финансовых затрат.

Рекомендации по созданию и ведению корпоративного блога: 1) доверяйте блог профессионалу, 2) регулярно обновляйте информацию, 3) четко сформулируйте цели, тему и содержание блога, 4) определите целевую аудиторию, 5) уделяйте внимание комментариям и не используйте ложные сведения.

Таким образом, при заинтересованности компании и активном участии в развитии блога данный ресурс может иметь меньше затрат на привлечение клиентов, создавать больше информационного обмена между потребителем и производителем и повышать репутацию фирмы.

Литература

Кабанов, И. Блоги — лучшие друзья PR-менеджеров [Электронный ресурс] / И. Кабанов, Н. Паули. — 2006. — Режим доступа: <http://www.forsage.biz/blogi-lutchshie-druzya-pr-menedzherov.html>. — Дата доступа: 27.03.2015.

Шрелова, Е. Блог знает что [Электронный ресурс] / Е. Шрелова // Ведомости. — 2006. — № 8. — Режим доступа: www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2006/08/10/blog-znaet-cto. — Дата доступа: 16.03.2015.

Ю.В. Войткун

Л.Л. Геценко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Ю.А. Жук

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Интернет все сильнее входит в повседневную жизнь. Мы общаемся в социальных сетях и на форумах, ищем необходимую информацию с помощью поисковых систем, и повсюду в Интернете мы так или иначе сталкиваемся с интернет-маркетингом.

Интернет-маркетинг — это комплексное использование принципов традиционного маркетинга в Интернете. Основная цель интернет-маркетинга — получение максимального эффекта от потенциальной аудитории сайта. Одним из преимуществ интернет-маркетинга по сравнению с классическим является небольшая погрешность прогноза продаж. Счетчики посещаемости и системы статистики всегда покажут

вам, по какому запросу пришел уникальный посетитель, с поисковой системы или с сайта, какие действия произвел на сайте, что читал на сайте, на что обратил особое внимание, а что его не заинтересовало. Выделяют 6 инструментов интернет-маркетинга: поисковую оптимизацию (SEO), контекстную рекламу, вирусный маркетинг, SMM (Social Media Marketing), рассылку, медийную рекламу.

Что касается белорусского рынка маркетинга, то, по оценкам экспертов, в 2015 г. ожидается падение белорусского рынка рекламы на 19 %. Рынок ТВ-рекламы может упасть на 15—30 %. Такие прогнозы были озвучены на шестой профессиональной конференции «Интернет — наиболее эффективный медиаканал в условиях кризиса». А вот интернет-маркетинг (по прогнозам) в 2015 г. вырастет на 10 % за счет контекстной рекламы, рост медийной рекламы в Интернете ожидается от 0 до 5 %. В то же время в связи с тем, что в нашу жизнь все больше входят переносные гаджеты, «мобильные» рекламные бюджеты значительно выше, чем на онлайн-видеорекламу на 2014 г. по сравнению с 2013 г. (300 и 250 % соответственно). Считается, что мобильная реклама в Беларуси недооценена, а осознание ее необходимости только доходит до рекламодателей. Возвращаясь к маркетингу в социальных сетях, самая популярная страница в самой популярной в мире социальной сети (Facebook) — группа о моде и одежде OTTO Belarus. В то же время из-за нестабильной экономической ситуации в декабре 2014 г. белорусы в поисковых системах интересовались больше всего финансовыми сервисами, торговыми интернет-площадками, сайтами по поиску работы.

С конца февраля 2015 г. в Беларуси стало доступно размещение рекламы в сервисе Skype с таргетингом на белорусскую аудиторию, что позволяет еще более успешно использовать данный инструмент интернет-маркетинга. В окне программы возможно наличие не более одного баннера, который демонстрируется пользователю до 5 минут.

Интернет-маркетинг — это реальный способ донести до потребителя информацию, которая нуждается в распространении. Нельзя сказать, какой из инструментов интернет-маркетинга наиболее эффективный. Следует использовать комплексный подход к выбору средств маркетинга в Интернете. Все зависит от целей продвижения и бюджета рекламной кампании.

Литература

Дебелак, Д. Планирование в маркетинге : учеб. / Д. Дебелак. — М. : АСТ : Астрель, 2009. — 432 с.

Новости рынка и маркетинговых коммуникаций в Беларуси [Электронный ресурс]. — 2015. — Режим доступа: <http://marketing.by/analitika/v-2015-godu-belorusskiy-rynok-internet-reklamy-mozhet-upast-do-20/>. — Дата доступа: 03.04.2015.

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by elib@bseu.by>