

*Андреев Г.О. студент,*

*2 курс, Институт Финансов Экономике и Управления,*

*Тольяттинский государственный университет,*

*Тольятти (Россия)*

*Квашнина А.А. магистрант,*

*1 курс, Гуманитарно-педагогический институт,*

*Тольяттинский государственный университет,*

*Тольятти (Россия)*

*Andreev G.O. student,*

*2 course, Institute of Finance, Economics and Management,*

*Togliatti State University,*

*Togliatti (Russia)*

*Kvashnina A.A. Master's student,*

*1st year, Humanities and Pedagogical Institute,*

*Togliatti State University,*

*Togliatti (Russia)*

## **ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКЦИИ В ИНТЕРНЕТЕ**

*Аннотация:* В статье раскрываются основные моменты продвижения собственной продукции в глобальной сети, опираясь на

актуальные методики маркетинга. Разобраны современные каналы развития рекламы и их способы реализации.

**Ключевые слова:** менеджмент, продвижение, предприятие, интернет-маркетинг, экономика, реклама, пиар

**Abstract:** The article reveals the main points of promoting its own products in the global network, based on current marketing methods. Modern channels of advertising development and their methods of implementation are analyzed.

**Key words:** management, promotion, enterprise, internet marketing, economics, advertising, PR

Изо дня в день интернет всё больше и больше становится неотъемлемой частью жизни каждого человека, что делает его основной и самой крупной тенденцией общества.

Что же такое продвижение? Данное понятие подразумевает собой разработку и сохранение непрерывных связей с целевой аудиторией, способствующих закреплению интереса к продукту, напоминанию о собственном существовании и построению положительного имиджа фирмы. [1]

Продвижение собственной продукции в глобальной сети включает в себя комплексные процессы и методы, способствующие повышению интереса у потребителя к вашему товару или услуге. Продвижение осуществляется через прямые и косвенные методы продажи. К прямым средствам можно отнести, к примеру, рекламу, к косвенным же баннерные рекламные сети.

Одной из важнейших задач в начале работы по рекламированию услуг является определение канала коммуникации. Верно подобранная стратегия позволяет эффективнее использовать затраты на саму рекламу,

взамен поднимая посещаемость собственного сайта, продажи продукции и прочее. [3]

Перед определением политики продвижения важно определиться с двумя факторами: способность канала выполнить задачи организации и цена реализации рекламы на данной платформе.

В связи с постоянным развитием интернет ресурсов компаниям приходится приспосабливаться к современным методам реализации маркетинговых кампаний, для привлечения аудитории и клиентской базы. [2]

Так, из-за быстрого обновления тенденций и трендов рекламы, методы, которые были успешны пару лет назад, со временем утрачивают эффективность. Хорошим примером являются рекламные баннеры на сайтах, ведь с катастрофическим увеличением их числа в сети они прекратили выполнять функцию привлечения внимания пользователя.

В данный момент актуальными способами продвижения являются:

- **Краткие видеоролики.** Такие видео должны не только быть красиво снятыми специалистами, но также обязаны правильно отражать суть и посыл компании для обычного пользователя. Привлечение внимания и удержание потребителя на рекламе являются основной задачей данного способа продвижения, поэтому важно учитывать актуальные тенденции интернета.
- **Чат-бот.** Настройка быстрого общения с клиентурой без вмешательства сотрудников компании позволяет оптимизировать процесс привлечения аудитории, сокращая затраты на время и рабочую силу. Согласно исследованиям, люди в интернете более лояльно относятся к онлайн-переписке, нежели же живому общению с условными менеджерами компании. Наибольшую распространение сейчас приобретают мессенджеры Telegram, VK, WhatsApp и пр.

- **Видео маркетинг.** Один из наиболее распространенных способов продвижения собственной продукции на сегодняшний день. Существует большое количество разнообразных методов реализации данного способа, к ним относятся: интервью, блоги, истории в соц.сетях и т.п. Они позволяют не только визуально продемонстрировать товар, но также увлечь потенциального покупателя.[1]

Рассмотрим инновационные инструменты работы с рекламой в интернете.

1. **Нативная реклама;**
2. **Искусственный интеллект (ИИ);**
3. **Аудио и видео информация.** [2]

Нативная реклама представляет собой краткую и привлекательную информацию для аудитории. Объективность в такой рекламе играет важнейшую роль, благодаря ней фирма заочно расширяет охват клиентуры, при этом повышая собственную репутацию, привлекая спонсоров, готовых к сотрудничеству. Такая реклама может быть реализована в различных формах: от проскакивающей рекламы в социальных сетях, до использования собственной продукции, как продактплейсмент в видео сотрудничающих с вами медийных лиц. Реклама обязана быть ценной и заставляющей пользователя невольно перейти по ссылке на ваш сайт. [1]

ИИ позволяет автоматически выполнять постоянные и важные цели. На предприятии, имеющем большое количество задач, эффективно разделить обязанности между сотрудниками, которые отвечают за наиболее сложные процессы в работе, и ИИ, способным быстро и качественно обрабатывать однотипные задания, по типу обработки данных в больших объемах. Предоставляя сотрудникам готовые и обработанные статистические сведения, ИИ дает работникам простор для выполнения

новых и важных целей, что в целом положительно сказывается на качестве работы фирмы.

Аудио и видео реклама один из самых легких и быстрых методов презентации услуги. Её можно реализовывать как на отдельных площадках, сайтах, так и в социальных сетях и мессенджерах. [3]

Учитывая всё вышперечисленное, можно сказать, что правильно подобранная политика продвижения вашей продукции в интернете позволит компании получать необходимый поток клиентов, заинтересованных вашим товаром или услугой. Поэтому очень важно уделять продвижению средства и время в достаточной мере.

### **Список литературы:**

1. Ревина С.Ю. Бизнес в Интернете. В 2 частях. Ч.1 : учебно-методическое пособие / Ревина С.Ю.. — Москва : Российский университет дружбы народов, 2018. — 64 с.
2. Алашкин П.А. Всё о рекламе и продвижении в Интернете / Алашкин П.А.. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 220 с.
3. Плиско А.В. Интернет-технологии ведения бизнеса : методическое пособие для бакалавров по направлению подготовки 43.03.02 Туризм, 38.03.02 «Менеджмент», 38.03.03. «Управление персоналом» / Плиско А.В.. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2019. — 58 с.