

*Глухов Сергей Евгеньевич
студент 3 курса бакалавриата,
Математический факультет,
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова,
Россия, г. Ярославль
e-mail: sergeyglukhov99@gmail.com*

ВЛИЯНИЕ ЭЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГА НА БИЗНЕС

***Аннотация:** В статье рассматривается влияние электронного маркетинга на экономическую составляющую бизнеса. Рассмотрены основные инструменты электронного маркетинга. Выделены преимущества и недостатки использования электронного маркетинга.*

Ключевые слова: маркетинг, электронный маркетинг, цифровизация, реклама, бизнес.

*Glukhov Sergey Evgenyevich
3rd year bachelor student,
Faculty of Mathematics,
Yaroslavl State University of P.G. Demidov,
Russia, Yaroslavl*

THE IMPACT OF E-MARKETING ON BUSINESS

***Abstract:** The article examines the impact of e-marketing on the economic component of business. The main tools of electronic marketing are considered. The advantages and disadvantages of using e-marketing are highlighted.*

Keywords: marketing, e-marketing, digitalization, advertising, business.

Развитие цифровых технологий существенно влияет на жизнь людей и охватывает все сферы жизни. На сегодняшний день, с помощью цифровых технологий можно создавать веб-сайты, приложения, покупать товары и оплачивать их через интернет и тому подобное.

Одним из главных аспектов бизнеса является деятельность, направленная на систематическое извлечение прибыли. А главной составляющей в бизнес-планировании любого бизнеса является маркетинг. Маркетинг направлен на клиентоориентированность, изучение конкурентов.

Благодаря цифровизации появилось понятие электронный-маркетинг. Электронный маркетинг – это комплекс маркетинга компании, осуществляемый с помощью электронных средств (компьютер, телефон, смартфон, планшет, электронные часы, цифровой телевизор) и использующий каналы, к которым имеют доступ цифровые устройства [1].

Интернет представляет собой важнейший инструмент для того, чтобы получить актуальную маркетинговую информацию, которая в разы превосходит и дополняет, в этом отношении, другие традиционные средства, такие как печатные издания и радио, а также представляющий собой оптимальный способ выбора потенциальных партнеров и инвесторов, в частности, — за границей, что предоставляет возможность сэкономить на телефонных переговорах.

К инструментам электронного маркетинга относят: создание сайта и его продвижение, SMM (работа с аудиторией в социальных сетях), контекстная реклама, email-рассылка, sms-рассылка, контент-маркетинг, вирусная реклама, нативная реклама, разработка приложений и прочее.

В сравнении с обычным маркетингом, электронный маркетинг имеет большое количество преимуществ. Главным плюсом электронного маркетинга является доступность как для потребителя, так и для исполнителя. Исходя из этого – эффективность, результативность, перспективность и большой охват потребителей.

Из недостатков можно отметить большое количество рекламы, которое у постоянных пользователей воспринимается как спам. Зачастую маркетологи некачественно настраивают контекстную рекламу, из-за этого она появляется даже у тех клиентов, которые не заинтересованы в продукте и реклама просто игнорируется. Недоверчивое отношение потенциальных клиентов также могут вызвать большое количество мошенников и небезопасность платежных систем что, конечно же, влияет на дальнейшее развитие и перспективы электронного маркетинга [2].

Таким образом развитие электронного маркетинга является очень перспективным, это очень эффективный инструмент для продвижения, однако

его необходимо постоянно совершенствовать, повышая квалификацию маркетологов, улучшать платежные системы и стараться предотвращать мошенничество.

Список литературы:

1. Гавриков А. Интернет-маркетинг. Система электронного маркетинга. М.: АСТ, 2020. 370 с.

2. Наумов В. Н. Маркетинговые стратегии удержания клиентов в условиях экономического кризиса // Проблемы современной экономики. 2015. № 1 (53). С. 158.