

ЭФФЕКТИВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА

Существует множество инструментов продвижения интернет-магазинов, однако они приносят прибыль только при их правильном использовании. Наиболее популярные каналы привлечения трафика: вовлечение покупателей в прайс-агрегаторах; контекстная реклама (PPC); поисковая оптимизация (SEO); социальный медиамаркетинг (SMM); повторные продажи при помощи email-маркетинга (см. таблицу).

Сравнительная характеристика инструментов продвижения

Инструмент продвижения	Преимущества	Недостатки
1	2	3
Прайс-агрегаторы	<ul style="list-style-type: none">- Высокая скорость отдачи;- вовлеченная аудитория;- небольшие затраты	<ul style="list-style-type: none">- Ограничения из-за посещаемости агрегатора;- практически невозможно повлиять на выбор покупателя, так как основной критерий сравнения — цена;- клики не всегда превращаются в покупки
Контекстная реклама	<ul style="list-style-type: none">- Результат рекламной кампании виден сразу;- неограниченное число переходов;- посетители уже заинтересованы в покупке;- возможно оперативно внести изменения в рекламную кампанию;- фиксированные позиции по поисковым запросам	<ul style="list-style-type: none">- Платные переходы;- при остановке рекламной кампании поток клиентов прекращается;- рост списка запросов, по которым проводится привлечение трафика, что увеличивает расходы
Поисковая оптимизация сайта интернет-магазина (SEO)	<ul style="list-style-type: none">- Не нужно платить за переходы;- объем привлеченного трафика не зависит от бюджета;- естественный рост списка запросов без увеличения бюджета на продвижение за счет вхождения в тексты	<ul style="list-style-type: none">- Результат отложен во времени;- коррективы работ требуют времени;- отсутствие гарантий стабильности позиций по запросам

1	2	3
Продвижение в соцсетях (SMM)	<ul style="list-style-type: none"> - Невысокая стоимость; - вирусная реклама; - большая постоянная аудитория; - скрытое воздействие на людей 	<ul style="list-style-type: none"> - Неразвитая аналитика; - контроль модераторов социальных сетей; - потребности в администраторе группы
Email-маркетинг	<ul style="list-style-type: none"> - Возможность сообщить потенциальному клиенту о важной акции, мероприятии или действующих скидках; - возможность быть на связи с потенциальными клиентами 	<ul style="list-style-type: none"> - Частое попадание рассылки в спам; - многие пользователи не используют электронную почту или используют ее редко; - возможно использовать контактную базу только реальных клиентов; - не подходит для наращивания аудитории

Источники: собственная разработка.

Таким образом, инструменты продвижения необходимо выбирать исходя из конкретной цели. Добиться долгосрочного эффекта в высококонкурентных нишах возможно через распланированное SEO-продвижение. На начальных этапах продвижения интернет-магазина результативны контекстная реклама, привлечение новых клиентов в прайс-агрегаторах и раскрутка в социальных сетях, а для поддержания взаимоотношений с клиентами — email-маркетинг.

Д. Ю. Мурадян, К. Е. Чурко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С. В. Стасюкевич

СОСТОЯНИЕ БЕЛОРУССКОГО РЫНКА ФРАНШИЗЫ

В настоящее время развитие франчайзинговых отношений является одним из актуальных вопросов белорусской экономики, так как франчайзинг положительно влияет на развитие малого и среднего бизнеса, способствует созданию новых рабочих мест, ускоряет внедрение инновационных технологий, дает возможность увеличить инвестиционную привлекательность предприятий и отраслей. На сегодняшний день в Беларуси активно развиваются десятки франшиз в различных секторах экономики. На начало 2019 г. рынок франчай-