

Исаева Алфият Мусаевна

бакалавр экон. наук, студентка

Научный руководитель

Джаватов Джават Курбанович

д-р техн. наук, профессор

ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»

г. Махачкала, Республика Дагестан

ПРОДВИЖЕНИЕ СТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

***Аннотация:** интернет-маркетинг предлагает новые возможности представить продукт миру, превратить посетителей в покупателей и увеличить таким образом прибыль компании. Рост продаж в интернет-маркетинге строится именно на привлечении клиентов, повышении эффективности сайта и возврате посетителей, ведь именно постоянный интерес к продукту или услуге может обеспечить бизнесу стабильность и прибыльность. На примере строительной компании показана возможность продвижения компании современными технологиями интернет-маркетинга.*

***Ключевые слова:** интернет-маркетинг, маркетинговые технологии, веб-сайт.*

Многие изменения на сегодняшний день происходят за счет достижений в области информационных технологий, которые обеспечивают переход от массового маркетинга – к ориентированному на конкретного пользователя. Из-за этого маркетологи разрабатывают целевые маркетинговые коммуникации для создания и поддержания отношений с клиентами на определенных целевых рынках. А также существенное развитие информационных и коммуникационных технологий активизирует переход к персонализированным маркетинговым коммуникациям, расширяет права и возможности клиентов, которые на сегодняшний день рассматриваются в качестве партнеров в текущих деловых отношениях. На

основе этого перспективного направления в развитии бизнес-коммуникаций выступает интернет-маркетинг. Интернет-маркетинг является одним из элементов системы электронного маркетинга.

В научной литературе существуют различные подходы к понятию интернет-маркетинга [3, с. 10].

Так, к примеру, И.В. Алексеев рассматривает интернет-маркетинг как раздел маркетинга, направленный на изучение принципов взаимодействия экономических субъектов в сети Интернет, чтобы разработать универсальные системы для извлечения прибыли и удовлетворения социальных потребностей общества.

А.А. Векшинский под термином «интернет-маркетинг» понимает теорию и методологию организации маркетинга в гипермедийной среде Интернета.

Е.О. Китаева считает, что интернет-маркетинг часто рассматривается как продвижение каких-либо товаров и услуг в Интернете, рекламу во всемирной сети, баннерную рекламу.

А.Д. Баранов под интернет-маркетингом понимает что-то одно: контекстную рекламу, баннерную рекламу, SEO, SMM или Email-маркетинг [3, с. 10].

На самом деле интернет-маркетинг – это все вместе взятое, каждое из которых обязательно задействовано поэтапно.

Интернет-маркетинг – это теория и методология организации маркетинга в гипермедийной среде Интернета. Или, по-другому, интернет-маркетинг – это практика использования всех аспектов традиционного маркетинга в Интернете, затрагивающая основные элементы маркетинг-микса: продукт, цена, место продаж и продвижение.

Интернет-маркетинг открыл для людей и компаний совершенно новые горизонты, прежде всего с точки зрения достижения максимально широкой аудитории для идей, товаров, услуг.

Сущность интернет-маркетинга состоит из множества мероприятий по исследованию интернет-рынка, по эффективному продвижению и продаже товаров

и услуг с использованием современных интернет-технологий. Также можно отметить, что целью использования интернет-маркетинга является увеличение продаж как на традиционном рынке, так и через сеть Интернет.

Основные плюсы интернет-маркетинга:

Измеряемость. Интернет-маркетинг позволяет быстро и надежно показывать, куда уходит бюджет компании. При правильной настройке и использовании аналитики можно увидеть, на кого направлена реклама, как расходуется бюджет и прочие детали.

Направленность на целевую аудиторию. В отличие от обычной рекламы, в сети можно направить её напрямую на вашего клиента. Например, по радио мы часто слышим: «Наша аудитория – мужчины от 40 до 60 лет среднего дохода». В Интернете так не работает, там всё намного круче. Например, во ВКонтакте можно выбрать регион проживания, пол, возраст, семейное положение и интересы целевой аудитории, которой будет показываться реклама [8, с. 10].

Методы интернет-маркетинга представляют собой всевозможные каналы рекламы и продвижение сайтов в медиа-пространстве.

В качестве продвижения и продаж многие компании очень часто используют такие методы и технологии прямой рекламы, как размещение рекламы своего товара на собственном сервере, рассылка писем заинтересованным лицам, участие в сетевых телеконференциях.

Эффективной группой методов, направленных на разработку долгосрочных партнерских отношений с клиентами, являются методы настройки сетевого ресурса – адаптации его к потребностям конкретного пользователя, в том числе предоставление пользователю возможность настраивать ресурс «под себя».

В эту группу входят следующие основные методы и технологии:

- установка на сервере сведений о его архитектуре, гипертекстовых ссылок на другие серверы, встроенной поисковой системы (по ключевым словам);
- реализация служб персонального уведомления;

– установка электронных автоответчиков для диалога с каждым индивидуальным посетителем, включая благодарность за обращение на сервер, индивидуализированные ответы на стандартные вопросы, сообщение о сроках ответа на нестандартные вопросы;

– создание возможностей для посетителей индивидуально настраивать, оформлять и содержательно наполнять сервер в контакте с корпоративными базами данных [6, с. 10].

Можно проверить методы и инструменты интернет-маркетинга на практике. Для этого сначала необходимо рассмотреть и описать объект исследования, что и будет сделано в последующем.

В качестве объекта исследования выбрана строительная компания ООО «АрсИГрупп» [4].

Полное юридическое наименование: общество с ограниченной ответственностью «Строительная компания «АРСИ» (Республика Дагестан).

Строительная компания «АРСИ» образована в 2004 году. Начала свою деятельность с выполнения государственных заказов по восстановлению, строительству и реконструкции муниципальных объектов в Дагестане и за его пределами.

В собственности компании находятся техническо-производственные объекты, что позволяет не привлекать подрядчиков «со стороны», как следствие, снижая рыночную стоимость конечного продукта. Прибавляя гибкую систему приобретения жилых и коммерческих площадей, можно получить одну из самых «близких» к потенциальному клиенту компанию. При этом клиент может быть как покупателем коммерческой и/или жилой недвижимости, арендатором, партнером, а также инвестором.

Главная цель компании – удовлетворить одну из самых важных потребностей человечества – собственный дом, формировать у людей новый, нравственно-эстетический взгляд на жизнь, делать высококачественное жилье доступным для каждого.

ООО «Арсигрупп» осуществляет полный цикл строительства, от возведения каркасов до сдачи объектов под ключ без привлечения сторонних застройщиков. Это позволяет предлагать лучшие цены на покупку и аренду квартир и офисов. Высокое качество объектов и отменная репутация делают ее одной из ведущих компаний на рынке недвижимости юга России. ООО «Арсигрупп» входит в список лучших застройщиков РФ.

Миссия «Арсигрупп» – прививание нравственно-эстетического мировоззрения через создание красивого, комфортного и доступного жилья для жителей любимой страны.

Анализ финансового состояния позволяет оптимально и правильно управлять финансовой деятельностью предприятия, поэтому проведение анализа финансового состояния является необходимым условием эффективного управления.

Для рынка недвижимости весьма удачным оказались 2017–2018 годы, именно тогда спрос на недвижимость значительно вырос, в отличие от предыдущих лет. Это связано было с нестабильностью на финансовом рынке, ростом и падением валют, затянувшихся санкций.

Если спросить любого дагестанца, куда он вложит в сложный кризисный период свои средства или материнский капитал, который есть у многих молодых семей, то он ответит: в недвижимость. Правда, сейчас цены немного возросли в связи с повышением курса валюты.

Для продвижения сайта компании необходимо выбрать наиболее эффективные методы продвижения в сети Интернет.

Методы продвижения представляют собой определенные маркетинговые приемы, средства и инструменты, которые используются для того, чтобы достичь цели повышения продаж. Они считаются составляющей частью сформированной и грамотной стратегии рекламы продукции или коммуникационной политики компании.

Для методов продвижения сайта выбраны следующие инструменты:

– социальная сеть «ВКонтакте»;

– сайт компании (SEO-оптимизация и продвижение сайта).

Одна из популярных социальных сетей для продвижения бизнеса – это [vk.com](https://www.vk.com). ВКонтakte соединяет миллионы людей и тысячи компании по всей России. Одна из особенностей ВКонтakte – это возможность глубокого таргетинга. Из-за того что пользователи сети наиболее подробно заполняют свой профиль, раскрывая о себе максимум информации, маркетологу удобно таргетировать рекламную кампанию исключительно на целевую аудиторию, что позволит повысить эффективность.

Продвижение бизнеса не только в ВКонтakte, но и в других социальных сетях является эффективным для всех областей бизнеса, потому что для каждой ниши всегда найдется своя аудитория. Кроме того, социальные сети содержат много информации о своих пользователях и позволяют выделить из всей аудитории только ту часть, которая необходима для компании, ориентируясь на возраст, пол, принадлежность, интересы и другие критерии. Также социальные сети требуют меньше затрат, в отличие от других инструментов интернет-маркетинга. Еще одним плюсом является то, что социальные сети в последнее время все больше интегрируются с поисковыми системами, это значит, что активность на этих площадках все меньше влияет на поисковую выдачу [1, с. 19].

Рассмотрим следующий инструмент интернет-маркетинга – SEO-продвижение.

Для Seo-оптимизации и продвижения сайта необходимо пройти несколько этапов [7, с. 10]:

1. Анализ сайта, тематики и конкурентов.
2. Формирование первичного ядра поисковых запросов.
3. Формирование широкой структуры сайта.
4. Формирование задания на внутреннюю страницу. Организация внутренней перелинковки. При создании посадочных страниц важно учесть разработку внутренней перелинковки так, чтобы пользователи и поисковый робот могли без проблем попадать на другие страницы.
5. Оптимизация контента.

6. Улучшение юзабилити сайта.

7. Внешняя оптимизация сайта. Так как у строительных компаний много конкурентов, без внешней оптимизации сайта не обойтись. На этом этапе компания может повыситься в глазах конкурентов. Для этого SEO-специалистам необходимо использовать биржи постоянных ссылок, добавлять естественные ссылки из форумов, а также напрямую размещать через вебмастеров сайтов, которые не занимаются продажей ссылок. Пользователи чаще ссылаются на такие ссылки, потому что они являются наиболее полезными.

8. Увеличение конверсии из посетителей в клиентов.

9. Поэтапная оптимизация страниц.

SEO-специалисты постоянно работают со структурой сайта, расширяют ее, вносят изменения в тексты, метатеги, внутреннюю перелинковку. Это довольно длительный процесс.

Анализ конкурентной среды показывает, что из-за большого числа строительных компаний в городе Каспийске компания «АрсИГрупп» имеет значительное число конкурентов на рынке. И для того, чтобы достичь поставленные цели, необходимо выбрать правильную ценовую политику и целевую аудиторию, на которых будет ориентироваться компания.

Каждый раз ситуация на рынке довольно быстро меняется, и маркетинговые исследования предоставляют компании возможность оперативно реагировать на внутренние и внешние изменения. Маркетинговые исследования включают в себя некоторые этапы. Одним из этапов является формулирование проблемы и постановка исследовательской задачи.

Для постановки проблем чаще всего выбирают несколько альтернативных подходов, во-первых, SWOT- и PEST-анализы [2, с. 47], которые проводятся в рамках стратегического планирования, во-вторых, анализ целевой аудитории компании, в-третьих, анализ имиджа компании.

Для описания маркетинговой деятельности и постановки проблемы по продвижению компании «АрсИГрупп» используем SWOT-анализы.

Составим матрицу SWOT-анализа строительной компании «Арси Групп» в таблице 1.

Таблица 1

Матрица SWOT-анализа

<i>Сильные стороны компании</i>	<i>Возможности компании</i>
Высокий имидж компании	Выход на региональные рынки
Лидерство на рынке	Возможность быстрого роста компании
Квалифицированные строители	Использование передовых технологий в работе
<i>Слабые стороны компании</i>	<i>Угрозы компании</i>
Высокие издержки производства	Усиление конкуренции
Недостаток денежных средств для выплаты заработной платы рабочим в связи с тем, что деньги находятся в обороте	Скачки курса доллара способны увеличить себестоимость работ и снизить спрос на объекты недвижимости

Составлено по: [5; 6, с. 10].

Выводы SWOT-анализа.

Итак, существует возможность выйти на рынки соседних регионов, что, в свою очередь, позволит значительно быстро вырасти компании в глазах конкурентов. Также использование передовых технологий в работе – это могут быть различные новейшие рабочие программы, которые позволяют облегчить работу сотрудникам компании.

Исходя из результатов SWOT-анализа, можно также сказать, что у компании есть угроза появления и увеличения конкурентов, а также в связи с тем, что курс доллара постепенно растет, может появиться угроза увеличения себестоимости работ и снижения спроса на объекты недвижимости. Хотя не стоит бояться конкурентов, потому что компания работает на рынке уже долгое время и имеет хорошую репутацию. Однако высокие издержки снижают прибыль компании, но благодаря высокой конкуренции на рынке компания может сократить издержки путем ценового соперничества.

Так, как компания имеет высокий имидж компании и лидирует на рынке, она сможет справиться со всеми проблемами.

Практическая значимость работы заключается в разработке конкретного плана продвижения компании современными технологиями интернет-маркетинга и в том, что аналогичный план может быть разработан для любой компании с любой формой деятельности.

Возможности и выгоды, которые предоставляют технологии интернет-маркетинга, состоят в том, что они позволяют оперативно и доступно продвигать свои товары и услуги, а также сайты компаний. Дело с сайтами обстоит немного сложнее, потому что не все компании могут получить от сайтов выгоду. Это, скорее всего, связано с тем, что некоторые компании не находят важность использования интернет-технологий в силу их относительной новизны, они не придают значения возможностям интернет-маркетинга, которые не оправдывают их ожидания. И эти ожидания чаще всего остаются неоправданными из-за того, что цели выхода в Интернет были плохо проработаны или же вообще отсутствовали. Такой необдуманный выход компании может привести ее к отрицательному эффекту. Для этого нужно изначально разработать стратегию продвижения сайта компании, чтобы наполнить сайт компании информацией о предлагаемых товарах и услугах и сделать его полноценным. Так как неполноценный сайт представляет компанию хуже, чем она есть на самом деле, из-за того что создается искаженное мнение о качестве предлагаемых ею товаров и услуг. Также необходимо уметь правильно выбирать инструменты интернет-маркетинга, которые способствуют привлечению новых клиентов, а также увеличивают посещаемость сайта. Но не стоит повышать посещаемость сайта за счет массированных рассылок рекламной информации, то есть спама, который может только усугубить положение, нанося большой урон компании.

Список литературы

1. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов. – М.: МИФ, 2017. – 240 с.
2. Информационные системы и технологии в маркетинге. Технологии интернет-маркетинга: учеб. пособие / Г.П. Кожевникова, Б.Е. Одинцов. – М.: Юрайт, 2018. – 399 с.

3. Перова А.А. Интернет-маркетинг: сущность, задачи, преимущества и перспективы развития / А.А. Перова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2018. – №450.

4. Синапс. ООО УК «Арсигрупп» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://synapsenet.ru/searchorganization/organization/1130545000740-ooo-uk-arsi-grupp>

5. Организация ООО «Арсигрупп» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.list-org.com/company/7750704>

6. Методы интернет-маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://psyera.ru/2754/metody-internet-marketinga>

7. 7 этапов SEO-продвижения сайта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://netpeak.net/ru/blog/11-etapov-seo-prodvizheniya-saita>

8. эффективных приемов интернет-маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.obrazstroy.ru/blog/5-effektivnykh-metoda-internet-marketinga/>