



---

## Original Article: SVILUPPO DI INTERNET MARKETING IN ECONOMIA RUSSA GLOBALIZZAZIONE

### Citation

Podjanov V.I., Kozlov I.I. Sviluppo di internet marketing in economia russa globalizzazione. *Italian Science Review*. 2013; 3. PP. 4-7. Available at URL: <http://www.ias-journal.org/archive/2013/june/Podjanov-kozlov.pdf>

### Authors

Podjanov Vasilij I. student, Perm Institute of Municipal Administration, Russia  
Kozlov Il'ja I. student, State University - Higher School of Economics in the Perm, Russia

Submitted: May 26, 2013; Accepted: June 20, 2013; Published: June 29, 2013

Internet è un sistema di comunicazione multi-purpose progettato per impegnarsi in varie attività. Così, Internet può essere chiamato un mezzo produttivo di vendita, marketing, pubblicità, così come il servizio clienti dopo l'acquisto o transazione. La rete globale come Internet minimizzato drasticamente l'utilizzo di strumenti di comunicazione, quali fax, telefono, posta elettronica. Con esso, molte aziende hanno ridotto i loro costi, stabilendo contatti diretti con i consumatori e salvato il mio tempo. Tutto questo ha contribuito alla rapida acquisizione di informazioni sul segmento di mercato e le modifiche in continua evoluzione della struttura della domanda degli acquirenti.[1 p. 125]

Utilizzo di Internet marketing può essere divisa in gruppi :

1 . pubblicità del prodotto sulla rete 2 . informazioni di mercato , e 3 . acquisto e di vendita via Internet 4 . la conservazione e il rafforzamento dei rapporti commerciali .

Oggi, il valore del marketing online è diventato più globale, si è svolta con l'ausilio di commercio spazio informazioni , modelli di business , lo sviluppo del software , altri beni e servizi . Le aziende globali come Yahoo! , Google , Yandex , Vk.com , Facebook.com e MSN Search ha portato a un nuovo livello e diviso il

mercato della pubblicità on-line e applicazioni in segmenti separati , prevedono sezioni pubblicitarie locali di piccole e medie imprese. A questo proposito , la riduzione dei costi e aumento del ROI .

Questo tipo di marketing sta diventando la base per il mondo moderno . Permette ad ogni titolare di beni, servizi o idee per massimizzare la gamma di sovey pubblico . Internet Marketing ( Inglese internet marketing) - questa esperienza con tutti i lati di marketing tradizionale su Internet , applicando i principali elementi di 4P :

- Prodotto ( Product ) - questo è ciò che viene offerto su Internet e deve avere un appropriato esigenze di qualità dei consumatori . Lui è competitiva non solo per gli altri articoli offerti da siti simili , ma sono in negozi regolari .

- Prezzo ( Price ) - è uno dei vantaggi dello shopping online , come il prezzo su internet , significativamente inferiore nei negozi a causa di minori costi di venditori di funzionamento, affitta spazi commerciali.

- Promozione ( Promotion ) - una serie di misure volte a sviluppare il sito e prodotto sulla rete . Si compone di elementi quali : la pubblicità contestuale , e-mail marketing , viral marketing , banner pubblicitari , marketing affiliative ,

pubblicità interattiva , marketing nascosto , blog , ecc

- Luogo di vendita ( Place) - il sito stesso . Di particolare importanza è il progetto grafico , l'usabilità (usability - facilità d'uso) del sito e la qualità del trattamento dei reclami dal sito . Particolare attenzione dovrebbe essere prestata al tempo di caricamento del sito , la capacità di garantire le operazioni di pagamento , i termini di consegna , servizio al cliente , prima, durante e dopo il servizio .

L'obiettivo più importante di internet marketing è quello di estrarre i risultati potenziali visitatori massimi del sito .

Elettronica Visitatori interviste, comunicazione interattiva , registrazione diretta degli utenti , tenendo conto dei loro interessi - che sono tutti i metodi e le tecniche sono utilizzate a fini di ricerca di mercato.

Metodi e tecniche per la pubblicità diretta e promozione vendite . : La posizione della proposta di pubblicità del prodotto sul server inviando regolarmente messaggi e-mail alla casella di posta di potenziali clienti , partecipare a video conferenze [ 2 ]

Per l'organizzazione di pubblicità indiretta sul server di registrazione uso di Internet nei motori di ricerca , l'aggiunta di collegamenti gratuiti per il vostro server a tutti i possibili popolari web -directory , server tema (Stazioni di salto), «Pagine gialle», la pubblicazione di annunci a pagamento e collegamenti reciproci a quelli più frequentati server . La stessa pubblicazione emozionante materiale tematico con link al vostro server , tra cui l'indirizzo ( nome ) del server in mattoni e malta pubblicità ( in media tradizionali ).[3]

Modalità di personalizzazione della risorsa di rete è un gruppo efficace di metodi , lavorando nella costruzione di relazioni commerciali a lungo termine con i clienti . Questo adattamento alle singole esigenze dell'utente e anche la fornitura del servizio per configurare le risorse " per se stessi " , questo gruppo include i metodi e le tecnologie, quali:

- Implementazione di servizi di notifica individuali;

- Fornire opportunità per i visitatori di auto-registrarsi, configurare, e sostanzialmente riempire il server in contatto con i database aziendali ;

- posizione del server : collegamenti ipertestuali a diversi server , le informazioni circa il suo sistema , una ricerca per parole chiave ;

- Creazione di macchine elettroniche telefoniche per comunicare con ogni visitatore personalmente , grazie per incluso il ricorso allo stesso server , così come le singole risposte alle domande standard , e il tempo di risposta ai problemi non standard. [ 4 ]

L'uso di internet marketing è la più redditizia a fare affari nel mondo moderno , in quanto ha i seguenti vantaggi:

- Come risultato di assenza del costo di pagare affitto e s / n lavoratori c'è un prezzo basso per vendere prodotti o servizi;

- La capacità di fornire ai clienti una vasta gamma di prodotti dovuta alla compattezza della presentazione nella rete ;

- Servizio di informazione ad alto livello, si compone di una conversazione interattiva con il cliente, così come consulenza di esperti;

- Individuale notifica clienti sui nuovi prodotti in forma di distribuzione della posta elettronica .

Azioni acquirenti quando ordinano merce on-line :

- visualizzare il catalogo in tempo reale;

- selezione del prodotto, il servizio desiderato ;

- ordinare con il nome e l'indirizzo di consegna del compratore , compratore di carta di credito ;

- consegna dell'ordine ;

- il pagamento di servizi da parte dell'acquirente scheda al venditore .

Per ulteriormente la cooperazione, il negozio deve essere sicuri di ottenere il denaro e l'acquirente - che riceverà la merce, e il suo conto non utilizzerà illegalmente.

Date le dinamiche di progressivo aumento degli utenti di Internet , di questo articolo gli autori ritengono che lo sviluppo del marketing online può fare le seguenti previsioni:

- La domanda di costo inferiore e, allo stesso tempo , le risorse efficace Media .

- La tecnologia digitale consente alle imprese di svolgere le proprie attività di marketing , come il video on-line , e-mail -marketing, blog , siti web personali , ecc questi servizi sono gratuiti .

- Il successo delle assistenti sociali e altre risorse in cui il luogo potente a disposizione contenuti generati dagli utenti e la comunità di utenti .

La domanda per i social network . Oggi, molte persone preferiscono i social network per la comunicazione. Il più comune è Vkontakte , Facebook , MySpace , LinkedIn , Odnoklassniki e altri.

La domanda in rapida crescita di utenti nelle reti sociali forze datori di lavoro a prestare attenzione a come i loro dipendenti utilizzano il loro tempo di lavoro . I social network aiutano a creare l'accesso al capitale e la nascita di una rete di fiducia , ma l'aspetto negativo è che queste connessioni vanno spesso al di là dell'organizzazione .

Un sacco di manager usa il principio del " nessun accesso - nessun problema " , ma il divieto non è efficace , come ci sono molti modi per lavorare intorno ad esso . Pertanto, le altre società che utilizzano l'innovazione, guidate dal principio di " se non è possibile interrompere il processo - che la guidi. " Questo vale per le aziende nel campo dell'IT . Per i dipendenti di tali società sono caratterizzate da elevata del computer e su Internet e divieti non si fermerà lì . Dirigenti di aziende forniscono ai dipendenti una alternativa - un social network aziendale .

Agenzia di analisi per molti anni considerato promettente uso dei social network aziendali . Lo sviluppo di successo nell'era dei social network , le aziende devono abbandonare il metodo di

interazione e di modello di gestione - la " top down " .

Un esempio di uso dei social media in azienda è la società Cisco Systems Inc. E 'impegnata in tecnologie di rete . Tale sistema è inoltre sviluppato e la società IBM - di uno strumento volto ad aumentare il capitale sociale all'interno della rete aziendale - IBM Lotus Connections .

European IT Microinvest azienda ha creato un unico [www.microinside.ru](http://www.microinside.ru) rete sociale . Esso riunisce i dipendenti , clienti e partner internazionali nel " micro-ambiente " , dove non ci sono confini tra il socio e lo sviluppatore , l'acquirente e il venditore , il produttore e il cliente . Ogni partecipante organizza singolo profilo contenente informazioni sulla società , i successi , premi e molto altro . Partner e il cliente possono condividere la loro esperienza con gli altri , sostenuta da tutti gli esempi e supporti visivi . Microinside.ru diventare una fitta comunità di sviluppatori, clienti e partner .

E ' una nuova tendenza nel mondo , in modo che la piattaforma deve ancora essere sviluppato . Prevede di condurre le seguenti funzioni : aggiungere commenti degli utenti, "isolamento" è piaciuto l'informazione , la possibilità di applicare ad amici e altre utili funzioni . Queste piattaforme forniscono alle prospettive di business . In questo tipo di reti , ogni partecipante ha la possibilità di ottenere le informazioni necessarie per loro stessi (feedback , feedback, contatti , ecc.)

Questa piattaforma è importante per aziende internazionali che utilizzano Internet per la comunicazione tra gli uffici regionali , clienti e partner . Questo è il modo migliore per comunicare , accelerando lo scambio di informazioni , in cui la comunicazione con il partner fornitore del cliente è un partner alla pari.

#### **References:**

1. Rechmen DJ, Meskon MH, KL Bowie, D. Thill Modern business: Textbook in 2 vols. - Moscow: The Republic. 2008. V.1. - 431 p.

2. Pankrukhin AP Marketing: Textbook. for students enrolled in the specialty 061500 "Marketing" / AP Pankrukhin; Guild marketers. - 3rd ed. - M: Omega-L, 2005. - 656 p.

3. Internet Marketing - [Web] - Access mode:

<http://www.vocable.ru/dictionary/1126/word/internet-marketing>

4. Methods for Internet Marketers - [Web] - Access mode:  
<http://psyera.ru/2754/metody-internet-marketinga>