

транспортными коридорами и выстраивание интегрированной системы логистических центров, создание высокотехнологичных центров районного масштаба, территориально приближенных к сельхозтоваропроизводителям, развитие логистического аутсорсинга способствуют значительному снижению транспортных издержек, оптимизации сельскохозяйственного производства, сокращению потерь агропродукции, повышению ее конкурентоспособности и экспортного потенциала.

### Литература

1. Официальный сайт Всемирного банка. – URL: <https://ipi.worldbank.org/> (дата обращения 03.04.2023)
2. Кулистикова Т. Агросектору поручено расти. Хороший урожай в этом году может обеспечить позитивную динамику в сельском хозяйстве. – URL: <https://www.agroinvestor.ru/analytics/article/38224-agrosectoru-porucheno-rasti-khoroshiy-urozhay-v-etom-godu-mozhet-obespechit-pozitivnuyu-dinamiku-v-s/> (дата обращения 05.04.2023)
3. Литвинова Е. Минтранс вновь прорабатывает ограничение движения грузовиков из ЕС. – URL: <https://www.agroinvestor.ru/analytics/news/38201-mintrans-vnov-prorabatyvaet-ogranichenie-dvizheniya-gruzovikov-iz-es/> (дата обращения 07.04.2023)
4. Злобин А. Российские аграрии назвали главные риски для отрасли. – URL: <https://www.forbes.ru/biznes/484628-rossijskie-agrarii-nazvali-glavnye-riski-dla-otrasli> (дата обращения 10.04.2023)
5. Шокурова Е. Эксперты назвали главные риски для аграриев в 2023 году. – URL: <https://www.agroinvestor.ru/analytics/news/39720-eksperty-nazvali-glavnye-riski-dlya-agrarijev-v-2023-godu/> (дата обращения 10.04.2023)

УДК 339.138

DOI: 10.34924/FRARC.2023.99.98.053

### СОВРЕМЕННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ И ИХ ХАРАКТЕРИСТИКИ

Кубарь М.А., к.э.н., доцент, Титяева Т.С., студент

ФГБОУ ВО Донской государственный аграрный университет, 346493  
п. Персиановский, ул. Кривошлыкова, 24  
e-mail: [zhmanechka@yandex.ru](mailto:zhmanechka@yandex.ru)

**Реферат.** В данной статье затрагивается тема важности инструментов маркетинга в интернет-среде, их важность и необходимость для целей бизнеса на протяжении всей деятельности компании. Особое внимание уделено перспективам дальнейшего развития маркетинговых технологий в интернет-среде, проведен подробный анализ использования различных существующих инструментов для проведения масштабной рекламной кампании.

**Ключевые слова:** интернет, потребитель, маркетинг, сеть, коммуникации, вебинар, технологии, компания.

## **MODERN MARKETING TOOLS IN THE INTERNET ENVIRONMENT AND THEIR CHARACTERISTICS**

**Kubar M.A., Titova T.S.**

**Abstract.** This article touches on the importance of marketing tools in the Internet environment, their importance and necessity for business purposes throughout the company's activities. Particular attention is paid to the prospects for further development of marketing technologies in the Internet environment, a detailed analysis of the use of various existing tools for conducting a large-scale advertising campaign.

**Keywords:** internet, consumer, marketing, network, communications, webinar, technology, company.

Развитие интернета в последнее время оказало влияние на все сферы экономической, культурной и общественной жизни. В настоящее время практически все компании используют для своей деятельности различные технологии сбора и обработки данных, а также интернет. Интернет-технологии явно еще больше развили возможности реализации бизнес-процессов, а также заняли особое положение в маркетинге.

Интернет-маркетинг – это совокупность инструментов информационно-интерактивной маркетинговой деятельности в компьютерных сетях, которая позволяет исследовать рынок, правильно структурировать информационную среду, продвигать, продавать и покупать товары, идеи и услуги.

В современных условиях интернет – это не просто глобальная сеть, а эффективный метод воздействия на потребителя, который с каждым годом привлекает все большее количество пользователей. И в результате привлекает потребителей продукции и услуг, речь идет о тех компаниях, которые используют в своей деятельности инструменты интернет-маркетинга. Так, наряду с традиционными маркетинговыми инструментами все большее распространение получают такие инструменты интернет-маркетинга, как: контент-маркетинг, электронный маркетинг, SEO, платная реклама, размещение на торговых площадках, аналитика, SMM. Каждый из этих типов имеет свою группу инструментов (Инструменты интернет-маркетинга – электронный ресурс).

К основным преимуществам использования интернет-маркетинга по сравнению с традиционным маркетингом относятся: экономичность, т.е. снижение затрат, связанных с продвижением товаров или услуг, масштабность, как гарантия широкого охвата аудитории, независимо от ее местонахождения, сегментация как инструмент, позволяющий выбор только необходимой целевой аудитории, высокая скорость передачи информации, уникальный источник информации о потенциальных потребителях, конкурентах и продуктах, высокая эффективность средств коммуникации, относительно невысокая стоимость, цена товара-заменителя, приобретаемого в интернет-магазине, может быть значительно ниже за счет отсутствия транспортных расходов и т. д.

Таким образом, в настоящее время получает распространение такой маркетинговый инструмент, как SMM (Social Media Marketing) – уникальный маркетинговый инструмент, предназначенный для распространения и продвижения компании, ее товаров/услуг в социальных сетях, различных форумах, блогах, веб-сайтах. SMM используется в коммерческих целях, привлечения аудитории на сайт, создания спроса, увеличения продаж, а также для брендинга, т.е. повышения узнаваемости бренда, формирования лояльности аудитории, работы над репутацией.

Основные задачи, решаемые SMM: непосредственное взаимодействие с пользователями и клиентами, управление имиджем компании, ее развитие и продвижение, анализ целевой аудитории, выявление их предпочтений (Кеннеди, 2020).

Контент включает контент веб-сайтов, посадочные страницы, статьи блогеров, презентации, инфографику, вебинары, подкасты и т. д. Важным элементом контент-маркетинга является продвижение контента, т. е. распространение. Чтобы заказчик мог оценить статью или инфографику, он должен сначала ее увидеть, поэтому наряду с социальными сетями, платной рекламой, рассылками по электронной почте и другим мессенджерам и web-push-уведомлениями используется контент-маркетинг, браузер.

Еще одним важным инструментом продвижения является блог, который помогает создать свой имидж и получить трафик из поисковых систем. Как известно, блог можно размещать как на сайте, так и на внешних сайтах. Блог направлен на создание уникального контента и привлечение посетителей из поисковых систем, публикацию полезных материалов и завоевание доверия аудитории, информирование о новинках, их особенностях и формировании спроса (Ким, 2022).

Следующим известным методом интернет-продвижения является вебинар, с помощью которого можно проводить презентации, тренинги, конференции, тренинги, онлайн-опросы, что также привлекает внимание к продукту. Их можно транслировать онлайн, а также показывать в записи.

Linkbaiting, как инструмент интернет-маркетинга, позволяет вам получать обратные ссылки на ваш сайт через контент, которым сами читатели хотят поделиться. Различают белый и черный линкбейтинг. Целью черного линкбейтинга является получение ссылок, а не повышение ценности для читателей и заимствование чужого контента.

С помощью email-маркетинга товары и услуги продвигаются через списки рассылки. Его основные обязанности — превращать посетителей в покупателей, поощрять повторные покупки и поддерживать контакт с покупателями.

Еще одним инструментом email-маркетинга является автоматизация, то есть отправка писем через списки рассылки в определенное время и на определенных условиях. Так, например, если покупатель добавил товар в корзину и не оплатил его, отправьте ему напоминание о завершении покупки в течение 24 часов.

SEO — один из важнейших рекламных инструментов в интернет-среде, способный продвигать сайт через выдачу поисковых систем. SEO — это внутренняя оптимизация сайта и получение ссылок с других ресурсов. Что касается внутренней оптимизации, то необходимо, чтобы сайт соответствовал требованиям поисковых систем, что поможет ему правильно отвечать на поисковые запросы и двигаться вперед, оставаясь в топе. Оптимизация позволяет индексировать страницы, создавать контент на страницах, перемещаться по сайту, тегировать структурированные данные, оптимизировать URL-адреса страниц и т. д.

Линкбилдинг как разновидность SEO-оптимизации необходим для получения внешних ссылок на сайт. Сделать это можно с помощью гостевого постинга, линкбейтинга, обмена ссылками, комментирования статей в блогах, участия в обзорах, регистрации в каталогах. Это один из главных факторов для поисковых систем, показывающих, что сайт интересен и заслуживает доверия. Также внешние ссылки являются одним из основных источников трафика на сайт.

На сегодняшний день платная реклама, или PPC, является самым популярным способом продвижения в Интернете. Это позволяет сразу получить трафик на ваш сайт, лендинг, страницу в социальных сетях. К основным видам платной рекламы относится контекстная реклама, включающая рекламу, отображаемую в соответствии с контекстом страницы. Возникает в ответ на запросы поисковых систем. Для запуска рекламы используют Google Ads и Яндекс.Директ. Это помогает привлечь трафик на сайт, узнать спрос на продукт или бизнес в целом и т. д.

Еще одним видом рекламы является медийная реклама, которая включает в себя платное размещение текстовой рекламы, баннеров и видеороликов на сторонних ресурсах. Такая реклама необходима для повышения узнаваемости бренда, привлечения внимания общественности, увеличения продаж во время акций, формирования спроса на новый товар.

Таргетированная реклама в социальных сетях заключается в том, что социальные сети позволяют размещать три вида рекламы: реклама в сообществах, таргетированная и ретаргетинговая. Реклама в социальных сетях помогает увеличивать продажи интернет-магазина, проводить конкурсы, продвигать статьи для контента, видеоролики и инфографику, привлекать участников вебинаров и т. д.

CRM-система — это система учета сделок, хранящая всю информацию о клиентах, их действиях, благодаря которой можно понять, что такое успешная сделка, а что — неудача, из чего можно выявить сильные и слабые стороны системы продаж. Кроме того, CRM поможет с сегментацией, персонализацией и автоматизацией рассылок.

Таким образом, можно сделать вывод, что все инструменты продвижения в интернет-среде направлены на улучшение коммуникации с населением, повышение узнаваемости и лояльности к бренду, привлечение внимания, увеличение посещаемости сайта и так далее. Продвижение также популярно среди блогеров, потому что люди доверяют тем, кого знают. Однако найти добросовестного блогера, не вводя общественность в заблуждение, непросто, как и сложно проанализировать эффективность такой рекламы. Что касается анализа, то без него не обойтись, у него нет ни достоинств, ни недостатков. Каждый бизнес выживает только в том случае, если маркетинговая стратегия подвергается тщательному анализу, будь то показатели и метрики, будь то комплексное внедрение аналитических услуг.

## Литература

1. Инструменты интернет-маркетинга: плюсы и минусы [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/189310-instrumenty-internet-marketinga-plyusy-i-minusy>
2. Ким, С. А. Маркетинг : учебник / С. А. Ким. — Москва : Дашков и К, 2022. — 260 с. — ISBN 978-5-394-04233-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/277337> (дата обращения: 01.03.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
3. Кеннеди Д. Жёсткий SMM. Выжать из соцсетей максимум. 2020. — 344 с.

УДК 332.14

DOI: 10.34924/FRARC.2023.71.41.054

## ЗНАЧИМОСТЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ СЕМЕНОВОДСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ