

УДК/UDC 331.108

## **Проблемы и перспективы развития интернет-маркетинга в Республике Беларусь**

Егорова Валентина Константиновна  
кандидат экономических наук, доцент  
Витебский государственный технологический университет  
г. Витебск, Республика Беларусь  
e-mail: valego@tut.by  
SPIN-код: 4589-8287

Шевченко Анна Алексеевна  
студентка  
Витебский государственный технологический университет  
г. Витебск, Республика Беларусь  
e-mail: anshevch0@gmail.com

### **Аннотация**

В наши дни Интернет всё активнее начинает использоваться в сфере бизнеса, что способствует повышению его эффективности. Если рассматривать возможности Интернета применимые к маркетингу, то они могут быть использованы в таких направлениях, как: реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта, интернет-торговля, проведение маркетинговых исследований, предоставление послепродажных услуг, проведение платежей. Интернет-маркетинг возник и начал активно развиваться в Беларуси в начале 1990-х годов, в то время, когда информация про различные товары и услуги стала размещаться на текстовых сайтах. На сегодняшний день интернет-маркетинг развивается быстрыми темпами и становится всё больше востребованным, как у представителей бизнеса, так и у обычных пользователей, которые ставят своей целью добиться большей посещаемости и популярности собственных блогов.

**Ключевые слова:** интернет-маркетинг, SEO-продвижение, SMM-продвижение, инструменты SMM, интернет-реклама, видеореклама.

## **Problems and prospects of internet marketing development in the republic of Belarus**

Egorova Valentina Konstantinovna  
Candidate of Economics, Associate Professor Docent  
Vitebsk State Technological University  
Vitebsk, Republic of Belarus  
e-mail: valego@tut.by  
SPIN code: 4589-8287

Shevchenko Anna Alekseevna  
Student of Mk-36 group, 1st year  
Vitebsk State Technological University  
Vitebsk, Republic of Belarus  
e-mail: anshevch0gmail.com

### Abstract

Nowadays, the Internet is increasingly being used in business, which contributes to its efficiency. If we consider the possibilities of the Internet applicable to marketing, then they can be used in such areas as: advertising, public relations, sales promotion, online trading, conducting marketing research, providing after-sales services, making payments. Internet marketing emerged and began to develop actively in Belarus in the early 1990s, at a time when information about various goods and services began to be posted on text sites. To date, Internet marketing is developing rapidly and is becoming more and more in demand, both among business representatives and ordinary users who aim to achieve greater attendance and popularity of their own blogs.

**Keywords:** Internet marketing, SEO promotion, SMM promotion, SMM tools, Internet advertising, video advertising.

Актуальность данной темы заключается в том, что с каждым годом доля пользователей сети Интернет растёт, а следовательно, реклама в интернете тоже набирает популярность. Поэтому актуальность такого направления, как интернет-маркетинг очень велика. С его помощью компании продвигают свою продукцию в интернете и таким образом они экономят на персонале, который раньше занимался распространением рекламы и продажами. Целью работы является изучение интернет-маркетинга как одного из направлений маркетинга, а также его уровня, перспектив и проблем развития в данный момент на территории Республики Беларусь.

Для анализа развития интернет-маркетинга в Беларуси были использованы статистические и абстрактно-логические методы исследования. В русскоязычных странах зачастую используется термин «интернет-маркетинг», но данный термин имеет ещё несколько названий, которые приобрели большее распространение в англоязычных странах: онлайн маркетинг (online marketing); электронный маркетинг (electronic marketing); веб-маркетинг (web-marketing); цифровой маркетинг (digital marketing). Каждый из вышеперечисленных терминов включает в себя маркетинг в Интернете, однако некоторые, в частности «электронный маркетинг», предполагают использование других инструментов, например, sms-рассылок и телефонных справочных служб.

*Интернет-маркетинг* – это интегрированное использование

информационных каналов в виртуальном пространстве для поддержания маркетинговой деятельности компании, направленной на получение прибыли и удержание клиентов, посредством признания стратегического значения цифровых технологий и разработки комплексного подхода к улучшению предоставления онлайн-услуг с целью наилучшего удовлетворения потребностей клиентов и повышения их осведомленности о компании, бренде, товарах и услугах.

Основными видами интернет-маркетинга являются: SEO-продвижение веб-ресурса, SMM-продвижение в социальных сетях, интернет-реклама, которая, в свою очередь, подразделяется на баннерную, контекстную, таргетированную, видеорекламу, тизерную и т. д.

*SEO-продвижение сайта компании* – комплекс мероприятий, который помогает поднять позиции ресурса при выдаче поисковой системы по определённому запросу пользователя. Такой вид продвижения является действенным для тех фирм, компаний и брендов, покупатели которых занимаются поиском товаров и услуг именно в интернете. На данный момент количество интернет-пользователей растёт очень быстрыми темпами, а, следовательно, появляется всё больше платёжеспособной аудитории у данной фирмы, компании или бренда. Сделать так, чтобы страница сайта компании находилась как можно выше по целевым запросам пользователей – это главная задача seo-оптимизатора. Главной целью и задачей seo-оптимизатора является обеспечить более высокие позиции сайта компании по целевым запросам интернет-пользователей.

*SMM-продвижение в социальных сетях.*

Все пользователи социальных сетей являются очень разнообразными, а, следовательно, у них есть свои личные потребности, вкусы, предпочтения. Именно это увеличивает шансы фирм, компаний, брендов в поиске своих целевых потребителей.

В настоящее время организации, которые продают товары и услуги потребителям, фирмы, различные бренды создают свои странички или

группы в самых популярных социальных сетях с целью привлечения как можно больше целевых потребителей.

Инструментами SMM являются публикации, баннеры, таргетинг, общение с подписчиками, рекламные записи.

Преимущества продвижения через социальные сети:

1. Так как социальные сети обладают огромной аудиторией, то среди нее всегда будет находиться целевая аудитория данного бренда, фирмы, компании.
2. Взаимодействие с подписчиками происходит через довольно простые и понятные инструменты.
3. Продвижение через социальные сети осуществляется намного быстрее, чем с помощью seo-оптимизатора.
4. Возможность создания близкой и тесной связи с пользователями через осуществление контента.
5. Возможность совершать коллаборации с блогерами и известными личностями, что обеспечивает бесплатное продвижение.

*Интернет-реклама.* Интернет-реклама является самым популярным видом продвижения. Существует много преимуществ продвижения рекламы в сети: небольшие вложения в рекламу; огромное количество аудитории; быстрая обратная связь; возможность полностью продемонстрировать свой продукт; не является раздражающей и навязчивой, как другие виды рекламы.

Основными видами интернет-рекламы являются контекстная; баннерная; таргетированная; тизерная; видеореклама; нативная; спам и вирусы; доски объявлений.

*Контекстную рекламу* пользователь может увидеть всегда, когда вводит запрос в поисковой строке. Его внимание привлекают рекламные блоки и необходимая информация, предложенные поисковиком в результате считывания запросов пользователя.

*Баннерная реклама* является одним из видов контекстной рекламы. Она состоит из графических элементов, соответственно пользователь обращает

свое внимание первоначально не на текст, написанный в рекламе, а на предложенные изображения, которые быстро запоминаются.

*Таргетированная реклама* учитывает социально-демографические характеристики потребителей. Компания таким путём находит свою целевую аудиторию и предлагает совершить покупку своего товара.

*Тизерная реклама* привлекает внимание пользователей ярким, цепляющим, запоминающимся, а не редко и скандальным заголовком. Объяснение громкого заголовка происходит уже в основном сообщении.

Сейчас огромной популярностью пользуются различные видеохостинги, которые используются для запуска своей видеорекламы.

Видами эффективной видеорекламы являются вирусные видео, обучающие видео, имиджевые видео.

*Негативная реклама* – это сообщение, которое ненавязчиво добавляется в контекст. Она должна быть подходящей и нераздражающей.

*Спам и вирусы* имеют своё место в системе продвижения в интернете, но не рекомендованы к использованию.

*Доски объявлений* служат для продажи и покупки новых вещей, бесплатного привлечения покупателей и увеличения числа клиентов [1].

В последнее время Интернет стал одним из основных каналов коммуникации, который подходит практически для каждого вида бизнеса. Но конечно же в Беларуси есть компании, которые недооценивают данный вид коммуникации. И именно это становится причиной проблем в развитии белорусского интернет-маркетинга.

В результате исследования были выявлены самые распространённые ошибки интернет-маркетинга в Беларуси.

Первой проблемой является отсутствие веб-сайта у многих фирм и компаний Беларуси. Недоверие к современным технологиям, неспособность принятия и внедрения новых способов продвижения товара являются корнем данной проблемы. Сейчас Интернет для большинства потребителей чуть ли

не единственный источник информации. Таким образом, из-за отсутствия сайта фирма теряет значительное количество потенциальных потребителей.

Второй проблемой является халатное отношение и недостаточное внимание к собственному сайту. Эта проблема может выражаться по-разному: непривлекательный и неудобный дизайн сайта, отсутствие контента и необходимых контактов. Для привлечения большего количества следует постоянно ухаживать, поддерживать, а также заполнять новостную ленту интересным, информативным и полезным контентом. Многие белорусские фирмы не следуют данным принципам и тем самым теряют некоторое количество клиентов.

Третья проблема связана с ожиданием быстрых результатов от созданного сайта. На данный момент в сети Интернет находится свыше 1,5 миллиарда сайтов. Многие компании почему-то ожидают мгновенных результатов после создания сайта и не берут во внимание то, что выйти в первые строчки поисковых систем – это долгий и кропотливый труд над установлением доверия и понимания клиентов, чётким позиционированием.

Четвёртая проблема заключается в непонимании того, что веб-сайт, а также и интернет-магазин является вершиной операционного айсберга компании. Его основанием являются внутренние процессы компании, которые не видны потребителю. И если складывается ситуация, что эти процессы не работают должным образом в компании, то сайт сделает их более наглядными, но не решит их.

Пятой проблемой является то, что E-mail маркетинг не используется многими компаниями в Беларуси. На данный момент работа по электронной почте с собственной клиентской базой встречается менее, чем у 10 % белорусских компаний. Несмотря на то, что электронной почтой пользуются практически все, маркетинг путем электронных рассылок до сих пор не стал привычным инструментом.

Шестой проблемой можно выделить недоверие к социальным сетям. По сегодняшним данным практически каждый третий человек

зарегистрирован в социальных сетях. Поэтому компаниям следует задуматься о том, что наличие аккаунта в социальных сетях увеличит количество заинтересованных лиц в их товаре или услугах.

Попытку экономить на цифровом маркетинге тоже можно отнести к данному ряду проблем. Некоторые компании до сих пор придерживаются ошибочного мнения о том, что продвижение в Интернете является почти бесплатным инструментом. Но при наличии такого огромного количества сайтов выделиться очень нелегко. Поэтому каждому владельцу компании следует быть готовым к большим вложениям. В том числе и на группу специалистов, так как невозможно найти одного специалиста, который был бы развит одинаково хорошо в таких совершенно разных областях как поисковая оптимизация (SEO), графический дизайн, написание контента, планирование стратегии и тактики продвижения.

Проблема формальной обратной связи. Данная проблема заключается в том, что большинство компаний размещает на своих сайтах формы обратной связи, дают адреса формата info@, contact@ и подобные. При отправке запросов или письма на такой адрес нет уверенности и подтверждения того, дошёл ли твой запрос до адресата, когда ты можешь получить ответ и получишь ли ты его вообще. Стоит установить банальный автоответчик, который будет сообщать клиентам, что их письма приняты к рассмотрению и вы мгновенно вырастаете в глазах потребителя, что благоприятно скажется на продажах.

Определенные проблемы могут быть связаны с несолидным адресом электронной почты. Зачастую компании совершают здесь две распространённые ошибки, связанные с доменом корпоративной почты. При попытке построить доверительные отношения с партнёрами компании не стоит пользоваться в официальной переписке общедоступными почтовыми сервисами, такими как mail.ru, gmail.ru и так далее. Вторая ошибка связана с написанием имени адресата. У каждого директора компании должен быть солидный адрес электронной почты, во избежание несерьёзного отношения

[2].

На данный момент, интернет-маркетинг в Республике Беларусь является самостоятельным видом бизнеса, доходы которого сопоставимы с обычной торговлей. И предприниматель всегда стоит перед выбором, заниматься самостоятельно раскруткой своего сайта или доверить это группе специалистов.

Компании, которые работают в сфере интернет-маркетинга и SEO, как правило, всегда имеют в своем штате достаточно широкий круг специалистов: веб-дизайнеров, копирайтера, контент-менеджера, интернет-маркетолога, программистов, SEO-оптимизаторов и т. д. Кроме того, у уважающей себя фирмы должно быть выставлено на сайте портфолио, которое позволит определить, стоит ли связываться с этой организацией или нет.

В нашей стране очень медленно происходит понимание предпринимателями проблемы оптимизации интернет-торговли. Большое количество сайтов почти до сих пор невозможно найти в интернете, их рекламой и продвижением практически никто не занимается. Многие предприниматели до сих пор считают, что достаточно одного создания сайта и на этом всё. А тем не менее от профессионально проведенного SEO-старта прибыль того же интернет-магазина может увеличиться в несколько раз. Интернет-маркетинг имеет большие перспективы для развития в нашей республике. На сегодняшний день существует немало успешных торгующих сайтов, порталов, где можно выбрать качественный товар или услугу, получить консультацию, оплатить посредством электронных денег [3].

За 2022 год из 9,44 млн. жителей нашей страны интернетом пользуется 8,03 млн. (85,1 %), что на 3 % больше, чем год назад. При этом за последние 10 лет количество интернет-пользователей в Беларуси выросло более чем в 2 раза: в 2012 г. их было всего 3,73 млн. Можно сделать вывод, что с каждым годом интернет-пользователей в Республике Беларусь становится всё больше и больше, а следовательно, возрастает количество потенциальных



потребителей различного рода продукции. Поэтому в интересах самих производителей обратить большее внимание на своё место и продвижение в сети Интернет [4].

На данный момент в Республике Беларусь интернет-маркетинг, интернет-торговля приобретают всё большее развитие в сфере бизнеса. Каждая фирма, компания, бренд стремится получить всё большую популярность. Это довольно успешно получается выполнить с помощью интернета. Но существует ряд проблем, замедляющих развитие интернет-маркетинга в Республике Беларусь. На данные проблемы необходимо обратить внимание всем производителям и по возможности решить их, что в разы может увеличить количество потребителей их продукции, а следовательно, обеспечит большее развитие такой сферы, как интернет-маркетинг.

#### Список литературы

1. Виды интернет маркетинга [Электронный ресурс]. URL: [https://spravochnick.ru/marketing/internet-marketing/vidy\\_internet-marketinga/](https://spravochnick.ru/marketing/internet-marketing/vidy_internet-marketinga/). (дата обращения: 16.11.2022).
2. 10 основных проблем белорусского цифрового маркетинга [Электронный ресурс]. URL: <https://probusiness.io/tech/93-10-osnovnykh-problem-belorusskogo-cifrovogo-marketinga.html>. (дата обращения: 16.11.2022).
3. Интернет-маркетинг в Беларуси. Есть ли перспективы [Электронный ресурс]. URL: <https://lektsii.org/14-35310.html>. (дата обращения: 16.11.2022)
4. Чем живёт виртуальная Беларусь [Электронный ресурс]. URL: <https://neg.by/novosti/otkrytj/digital-2022-ispolzovanie-interneta-i-socsetej-v-belarusi/>. (дата обращения: 17.11.2022).

#### References

1. Types of Internet marketing [Electronic resource]. URL: [https://spravochnick.ru/marketing/internet-marketing/vidy\\_internet-marketinga/](https://spravochnick.ru/marketing/internet-marketing/vidy_internet-marketinga/). (date of access: 16.11.2022).
2. 10 main problems of Belarusian digital marketing [Electronic resource]. URL: <https://probusiness.io/tech/93-10-osnovnykh-problem-belorusskogo-cifrovogo-marketinga.html>. (date of access: 16.11.2022).
3. Internet marketing in Belarus. Are there prospects [Electronic resource]. URL: <https://lektsii.org/14-35310.html>. (date of access: 16.11.2022).
4. How virtual Belarus lives [Electronic resource]. URL: <https://neg.by/novosti/otkrytj/digital-2022-ispolzovanie-interneta-i-socsetej-v-belarusi/>. (date of access: 17.11.2022).