



**Профессия
маркетолог**

**Интернет-технологии
в маркетинге**

Илья Валерьевич Мельников
Интернет-технологии
в маркетинге
Серия «Профессия: маркетолог»

Текст предоставлен Ильей Мельниковым
http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=4942920

Аннотация

Книга посвящена интернет-технологиям в маркетинге. Здесь подробно рассказано о маркетинговых исследованиях в интернете, способах получения первичной и вторичной информации в интернете, конкурентном и ситуационном анализе в интернете, а также об интернет-мерчендайзинге (его целях, задачах и принципах), применении инструментов интернет-мерчендайзинга, программах и плане маркетинга и разработке маркетинговых программ.

Содержание

Интернет в маркетинге	4
Конец ознакомительного фрагмента.	9

Интернет-технологии в маркетинге

Интернет в маркетинге

Интернет представляет собой объединение транснациональных компьютерных сетей, работающих по самым разнообразным протоколам, связывающих всевозможные типы компьютеров, передающих данные по телефонным проводам, через радиомодемы и спутники. Преимуществами Интернета являются недорогая связь и постоянное обновление информации. Протокол – это набор правил, оговаривающих все, что связано с работой сети. Подавляющее большинство компьютеров в Интернете связано по протоколам TCP (Transmission Control Protocol) и IP (Internet Protocol). Протокол TCP предназначен для контроля передачи, контроля целостности передаваемой информации. Протокол IP описывает формат пакета данных, передаваемого по сети, определяет, где адрес и иная служебная информация, а где сами передаваемые данные.

Интернет дает возможность использовать имеющуюся в данной сети информацию, а также предоставлять интересующие других клиентов Интернета сведения. Для решения различных задач пользователь Интернета может с другими

пользователям создавать различные виртуальные сообщества.

Каждый отдельный компьютер или локальная сеть должны иметь доступ в Интернет. Как правило, доступ предоставляют отдельные организации, которые называются провайдерами (Internet Service Provider ISP). Провайдер представляет собой фирму, которая специализируется на предоставлении доступа в Интернет различным предприятиям, организациям, физическим лицам. Фирма принимает сообщения от компьютера пользователя и отправляет его по назначению в сети Интернет получает сообщение, адресованное пользователю, и пересылает его на соответствующий компьютер.

Кроме того, каждому пользователю Интернета провайдер предоставляет постоянный или на время работы в сети адрес. Указанные адреса провайдер получает за определенную плату в специальной европейской организации – RIPE. За предоставление услуг провайдер получает с пользователя определенную плату, величина которой зависит от предоставляемой и получаемой информации, скорости, объема, времени суток и других факторов.

Чтобы провайдер мог выполнять свои функции, к нему соответствующим образом подключают каждого пользователя Интернета. Для подключения используют коммутированные и выделенные линии связи, каналы кабельного телевидения, беспроводные и спутниковые каналы связи. У про-

вайдера имеется одно или несколько подключений к магистральным каналам связи или крупным сетям, которые обеспечивают доступ к серверам и позволяют получать необходимые пользователям услуги.

Основными услугами (сервисами) Интернета являются: электронная почта (E-mail), списки рассылки (Mailing lists), телеконференции – сетевые новости (Usenet), World Wide Web (WWW) – всемирная паутина. Сервисы Интернета могут быть отложенного чтения, когда запрос и получение информации разделяются во времени, например, электронная почта; прямого обращения, когда информация по запросу возвращается немедленно, однако от получателя информации не требуется немедленной реакции, например, факс; интерактивными, когда требуется быстрая реакция на полученную информацию, то есть получаемая информация, по сути, является запросом, например, телефон.

Главной целью пользователей Интернета является получение доступа к соответствующим серверам для удовлетворения своих потребностей в услугах.

Электронная почта (E-mail) служит для обмена различными посланиями между отдельными пользователями Интернета. Эти послания могут содержать текст, звук, видеоизображение. Они могут также содержать целые файлы с документами, компьютерными программами и другой информацией. Электронная почта похожа на обычную почту с абонентскими ящиками. В Интернете своеобразный абонент-

ский ящик находится у провайдера, который формирует специальный каталог, где хранятся все письма, пришедшие на адрес пользователя электронной почты. Каждому клиенту провайдер присваивает E-mail адрес и пароль, который является ключом к ящику пользователя. Электронная почта является одной из самых популярных и эффективных сервисов Интернет (низкие цены за пересылку, возможность пересылать разнообразную информацию, высокая скорость доставки и др.). Ее часто используют в маркетинговой деятельности. Имея соединение с Интернетом, можно обмениваться информацией электронной почты с любыми пользователями Интернета и включиться в работу любых групп новостей. На многих предприятиях электронная почта заменяет бумажные документы и позволяет быстро передавать информацию по всему миру.

Списки рассылки (mailing lists) – это файлы, на которых находятся адреса пользователей, заинтересованных в получении отдельных сведений. Чтобы стать подписчиком того или иного списка рассылки, в этот список нужно включить свой электронный адрес. Существует множество списков рассылки. Каждый из них объединяет пользователей интересующей информацией из самых различных областей деятельности. Предприятие или фирма может создавать и использовать имеющиеся и интересующие ее списки рассылки, что дает возможность устанавливать и развивать контакты с потребителями, учитывать их пожелания и претензии,

а также проводить маркетинговые исследования.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.