

ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В ІНТЕРНЕТ

О.М. Козакова, Кемгне Мішель

Одеський національний політехнічний університет
Україна, м. Одеса

Інтернет-магазини стають все популярнішими у покупців інвестиційних товарів. Відбувається це не тільки тому, що здійснювати купівлю в Інтернеті стає все вигідніше, зручніше та доступніше. Для підприємців Інтернет-магазин часто стає виходом на новий рівень бізнесу, оскільки дозволяє продавати інвестиційні товари в on-line режимі, досягати підвищення рівнів продажу, укріплювати популярність фірмового стилю, підвищувати кількість потенційних покупців. Переваги створення інтернет-магазину:

1.Збільшення продажів. Інтернет-сайт доступний фахівцям по закупках у будь-який час і з будь-якого географічного регіону. Це означає, що збільшується кількість покупців, які можуть дізнатися про промислове підприємство і зробити покупку, що приведе до збільшення числа клієнтів. За даними ведучих українських агентств, приблизно 10% населення України зараз є активними користувачами Інтернет. Це означає, що при створенні сайту отримується велика група потенційних клієнтів.

2.Зниження витрат. Знижується навантаження по роботі з клієнтами за рахунок того, що деяка частина інформації поширюється через сайт. Збільшується швидкість роботи з постачальниками і ділерами за рахунок приміщення на сайті централізованої інформації. З'являється можливість опублікувати пропозицію до постачальників і отримати вигідніші умови постачань.

3.Поліпшення сервісу. Інтернет-сайт працює 24 години в добу і 7 днів в тиждень. Вночі і вдень, по вихідних і в Новий Рік — завжди клієнт зможе отримати інформацію про промислове підприємство, прочитати прайс-лист, а значить, за допомогою сайту покращується якість обслуговування, що приведе до збільшення кількості повторних продажів. Інтернет магазин

забезпечується сучасною системою управління контентом (CMS), яка дає можливість самостійного оновлення інформації.

Можна виокремити наступні цілі, з якими промислове підприємство виходить на Інтернет-ринок:

- торгівельна — це отримання доходу від он-лайн продажу;
- інформативна — інформування клієнтів про новинки, або окремі особливості існуючого товару;
- досягнення лояльності покупців — у промислових підприємств з'являється додатковий ресурс, що позитивно впливає на комунікативний процес з клієнтами;
- рекламна — поява ресурсу в мережі, а також належна його популяризація сприяють поширенню реклами промислових підприємств.

На сайті можна знайти інформацію наступних категорій:

- технічна інформація — слугує для здійснення ергономічного користування сайтом;
- текстова і графічна інформація про товар — данні про продукцію, що надають можливість потенційному покупцеві більш докладно уявити товар;
- контактна інформація з фотографіями реальних магазинів, стендів, що додає клієнту впевненості щодо стабільності компанії;
- рекламні статті та новини;
- он-лайн консультації - свідoctво уваги компанії до питань споживача.

Інтернетизація надала величезні можливості для розвитку Інтернет-магазинів пришвидшення виробничих циклів, включаючи процеси підготовки виробництва (вибір вихідних матеріалів, пошук постачальників та ін.) і збуту продукції, просування її як на локальному, так і на міжнародному ринках. Фактично, сучасна економіка та більшість компаній становлять гібрид старої та нової Інтернет-економіки.

ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА

1. Литовченко І.Л. Методологічні аспекти Інтернет-маркетингу. : [монографія]. — К. : Наукова думка, 2009. — 196 с.
2. Хэнсон У. Internet-маркетинг: Учебно-практическое пособие / Пер. с англ. Ю.А.Цыпкина. — М.: Юнити-Дана, 2001. — 527 с.