

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/vak/78874>

Тип работы: ВАК

Предмет: Менеджмент

-

Сегодня интернет-маркетинг можно назвать одним из наиболее мощных инструментов воздействия на потребителя и способом коммуникаций с ним.

Стратегическое планирование маркетинговой деятельности в интернет-канале стали активно применять многие известные компании в разных секторах рынка и такой подход доказал свою эффективность.

Под стратегией интернет-маркетинга следует понимать план мероприятий, направленный на достижение компанией определенного положения и позиционирования конкурентной интернет-среде и формирование системы эффективных коммуникаций с целевой аудиторией, позволяющей стимулировать продажи товаров и услуг, повышать лояльность клиентов и укреплять позиции бренда.

Осуществление стратегического планирования интернет-маркетинга имеет ряд преимуществ:

- позволяет определить видение компании своего положения на рынке и с учетом представленности по сравнению с конкурентами в интернет-пространстве,
- сформировать позиционирование компании на долгосрочный период,
- разработать долгосрочную коммуникационную стратегию для интернет-платформы,
- проводить исследования потребительской аудитории используя ресурсы интернета,
- составлять планы и программы продвижения компании в отношении разных целевых аудиторий в интернете на среднесрочный и долгосрочный период.

Строительная отрасль отличается высоким уровнем консерватизма системных процессах, так как в них задействовано большое количество участников и высоки экономические риски. Также отсутствует возможность кардинального отклонения от стандартов строительства и дизайна, определенных законодательными актами, специализированными стандартами.

В последние годы в связи с усилением конкуренции на рынке недвижимости многие строительные компании активизировали интернет-маркетинг, что проявляется в следующем:

- более активное использование интернет-ресурсов,

-

Список использованных источников

1. Манукян Д.Д. Анализ современных тенденций маркетинга в строительной отрасли // Вестник ГУУ. 2017. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-sovremennyh-tendentsiy-marketinga-v-stroitelnoy-otrasli> (дата обращения: 23.10.2019).

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/vak/78874>