



СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „Д. А. ЦЕНОВ“

КАТЕДРА „БИЗНЕС ИНФОРМАТИКА“

МП „ИНФОРМАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ В БИЗНЕСА“

ДИПЛОМНА РАБОТА

НА ТЕМА:

„ЕФЕКТИВНИ СТРАТЕГИИ ЗА ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ“

Дипломант:

Факултетен №

Научен ръководител:

Свищов, 2018

СЪДЪРЖАНИЕ:

УВОД.....	2
ГЛАВА 1 ОСОБЕНОСТИ НА ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГА.....	4
1.1. Историческата еволюция на Интернет.....	5
1.2. Поява и развитие на интернет маркетинга.....	9
1.3. Трансформацията от традиционен към интернет маркетинг.....	12
1.4. Бъдещето на интернет маркетинга.....	16
1.5. Проблеми на маркетинга в интернет.....	18
ГЛАВА 2 ИНСТРУМЕНТАРИУМ НА ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГА.....	20
2.1. Роля на уебсайта като център на маркетинговата стратегия.....	20
2.2. Значение на имейл маркетинга.....	24
2.2.1. Планиране на имейл кампания.....	25
2.2.2. Дизайн на имейлите.....	27
2.3. Онлайн реклама.....	31
2.3.1. Индексиране.....	33
2.4. Влиянието на социалните мрежи.....	34
ГЛАВА 3 ИЗГРАЖДАНЕ НА ЕФЕКТИВНА МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГИЯ В ИНТЕРНЕТ.....	37
3.1. Теоретични основи на холистичния подход в условията на поколение Y (Милениуми).....	37
3.2. Създаване на стратегия за интернет маркетинг.....	39
3.2.1. Планиране.....	40
3.2.2. Полагане на основите.....	4
3.2.3. Реакция и анализ.....	46
3.2.4. Разширяване на стратегията.....	47
3.3. Анализ на интернет маркетингова кампания на Сони.....	49
3.3.1. Дигитални маркетингови решения.....	50
3.4. Анализ на интернет маркетингова кампания на Turkish Airlines (TA).....	57
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	65
ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА.....	66

УВОД

В ерата на глобализация, интернет играе важна роля във всички сфери на живота и бизнеса. В днешно време интернет е много популярен и предоставя възможности за различни услуги в различни области. Това е гъвкав инструмент, който може да помогне да се изпълняват различни задачи лесно и удобно. Почти половината от населението по света е свързано с интернет. Непрекъснато нарастващата свързаност на хората създава глобални промени в стратегическото мислене и позициониране. Изглежда, че всеки ден се появява нов технологичен инструмент, който революционизира живота и задълбочава зависимостта на хората и бизнес от световната мрежа.

Интернет маркетингът, който е различен от традиционния, предлага нови начини за взаимодействие с клиенти и други заинтересовани страни. Информация и услуги, които се предоставят чрез онлайн формати могат да бъдат "изтеглени" от потребителите според техните нужди. Поради тези характеристики и високия брой на потребителите, интернет е станал мощен от традиционните комуникационни канали, като телевизия, списания и радио.

Резултатите от различни проучвания показват, че клиентите осъзнават онлайн маркетинговите дейности. Същите проучвания показват, че ефективността от инструментите за онлайн маркетингова комуникация, водещи до положителни резултати и привличането на нови посетители на уебсайта, е засегната главно от характеристиките на тези инструменти и най-важните от тях са "забавление" и "надеждност"¹.

Нещо повече, клиентите не само осъзнават интернет маркетинговите дейности, но и всички потребители от всички възрасти пазаруват онлайн. Броят на онлайн купувачите се е увеличили с 24,7% до 22,6 милиона в световен мащаб през последните години². И техният брой се очаква да нараства. Освен това в дългосрочен план растежът ще бъде задвижвани от застаряващото население - тъй като днешните по-млади купувачи стават по-възрастни и тяхната покупателна сила ще се увеличава, то това вероятно ще доведе до увеличаване на техните разходи.

В допълнение, много компании се опитват да достигнат до потребителите от няколко поколения и се опитват да разберат и да спечелят вниманието на тези различни купувачи. Всяко поколение има уникални очаквания, преживявания, начин на живот, ценности и демографски данни, които влияят върху тяхното потребителско поведение. Историята на поколенията е в икономиката, научния прогрес, политиката, технологиите и социалните сътресения, като терористичните атаки има огромни последици за всяко поколение.

¹ Abdulkadir Efendioglu, Fabiola Igna. 2011. Attracting Customers Online Effectiveness of Online Marketing Tool.

² <http://www.guardian.co.uk/business/2008/jun/03/retail.consumeraffairs>

Маркетингът на много поколения е насочен към уникалните нужди на отделните хора в повече от едно поколение.

Обект на изследване е маркетинговата комуникация в Интернет, а **предмет** – стратегиите за интернет маркетинг.

Целта на дипломната работа е да предостави по-добро разбиране за начините за увеличаване на ефективността на интернет маркетинговите стратегии т.е. на инструментите за интернет маркетингова комуникация. Считаме, че тяхното използване ще бъде от решаващо значение през следващите години както за онлайн търговците на дребно, така и за традиционните бизнес модели.

За постигане на целта на разработката трябва да се решат следните **задачи**:

- 1) Да се анализират особеностите на интернет маркетинга
- 2) Да се разгледат основни инструменти на метода на интернет маркетинга
- 3) Да се обосноват елементите, с които може да се изгради ефективна стратегия за интернет маркетинг
- 4) Да се анализират случаи на успешни маркетингови кампании в интернет.