

Исследовательская цель

Собрать информацию об использовании сети интернет в маркетинговых целях различными компаниями г.Самара

Интервью проводилось с представителями 8 компаний:

- Промышленная компания
 - Консалтинговая фирма
 - Рекламное агентство
- } региональный сайт
-
- Сеть магазинов и салон красоты
 - Мебельный салон
 - Автомобильная компания
- } страница на федеральном сайте
-
- Радиостанция
 - Оптовая торговля
- } федеральный сайт

Цели создания сайта

В основном выделяют маркетинговые цели создания сайта

- Представить информацию о фирме (все опрошенные)
- Позиционирование на рынке (половина опрошенных)
- Получение обратной связи от клиентов (половина опрошенных)
- Дистанционные услуги (две компании)

Способы продвижения сайта

Большинство опрошенных не использует интернет для продвижения своего сайта

- Не используют никакие (половина опрошенных)
- Продвигают без помощи интернета (три компании)
- Продвигают с помощью интернета (две компании)

Ответственный за сайт/ привлечение специализированных агентств

Большинство не привлекает спец агентства

Только 2 компании на этапе разработки сайта
воспользовались услугами фрилансеров

- Сайтом не занимается никто (в трёх компаниях)
- Занимается руководитель (в двух компаниях)
- Ответственен IT-отдел (в двух компаниях)
- Ответственен коммерческий отдел (в одной компании)

Мотивация использования интернета в маркетинговых целях

- **Эффективность коммуникации:** быстрый обмен информацией, анонимность, большой географический охват (всего $\frac{3}{4}$ участников)
- **Модно, престижно** (половина опрошенных)
- **Экономия средств** (в одной компании)

Длительность использования сайта

**Средняя длительность использования сайта
– 3-4 года**

- Есть компания, в которой сайт используется 8 лет.
- Есть компания, в которой сайт используется меньше года.

Перспективы использования интернет-маркетинга для отрасли

- Интернет- маркетинг достаточно перспективен (больше половины)
- Интернет-маркетинг не так перспективен, как об этом говорят (двое опрошенных)
- Интернет-маркетинг не нужен (один опрошенный)

Недостатки использования интернет-маркетинга

- **Привлечение дополнительных ресурсов:**
временных, материальных, человеческих (половина компаний)
- **Обезличенность общения** (двое опрошенных)
- **Другие варианты:**
 - «Трудно найти необходимую информацию»
 - «Слабая интернет-культура в регионах»
 - «Нет возможности представить продукцию в натуральном виде»

Высказывалось недоверие к баннерной рекламе и интернет-статистике

Противоречия во мнениях

- **Интернет-маркетинг экономит ресурсы – затратный?**
- **Обезличенность коммуникаций в интернете – минус или плюс?**