

РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

И. П. Шибут¹⁾, П. Ю. Веселуха²⁾

*¹⁾Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
shybut.iryana@gmail.com,*

*²⁾Белорусский государственный университет,
ул. Кальварийская, 9, 220004, г. Минск, Республика Беларусь,
polinaveselyha@gmail.com*

В данной работе авторы проанализировали роль интернет-коммуникаций в деятельности интернет-магазинов *Wildberries* и *Lamoda*, выявили проблемы применения интернет-коммуникаций, разработали рекомендации по их совершенствованию.

Ключевые слова: интернет-коммуникации; интернет-магазин; Wildberries; Lamoda; маркетинговые стратегии.

INTERNET COMMUNICATION'S ROLE IN THE ACTIVITY OF A MODERN ORGANIZATION

I. P. Shybut^a, P. Ju. Veseluha^b

*^aBelarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: I. P. Shybut (shybut.iryana@gmail.com),*

*^bBelarusian State University,
9, Kalvariyskaya Str., 220004, Minsk, Republic of Belarus
Corresponding author: P. Ju. Veseluha (polinaveselyha@gmail.com)*

This article analyzes the role of Internet communications in the activities of online stores Wildberries and Lamoda, identified problems in the use of Internet communications, and developed recommendations for their improvement.

Key words: Internet communications; online shop; Wildberries; Lamoda; marketing strategies.

Особенность интернет-коммуникаций состоит в отсутствии обязательной пространственной локализации, т. е. возможностью осуществлять деятельность без привязки к определенной территории либо локальному рынку. Кроме того, происходит глобализация деятельности. Благодаря Интернету происходит изменение пространственного и временного масштаба ведения бизнеса. Он предоставляет возможности для глобальных коммуникаций, которые не ограничиваются территориально. Стоимость доступа к имеющейся в Интернете информации не зависит от того, насколько географически удалены от пользователя те, кто ее предоставляет. Компании независимо от их специализации и размера могут заниматься бизнесом и обеспечивать свое глобальное присутствие с использованием возможностей Интернета.

В данном исследовании авторы проанализировали применение интернет-маркетинга в деятельности современных организаций: интернет-магазина *Wildberries*, который стал одним из самых популярных онлайн-магазинов в России и Беларуси, и *Lamoda* – крупнейшего интернет-магазина модной одежды, обуви и аксессуаров в России и странах СНГ. Благодаря широкому выбору товаров и эффективным маркетинговым стратегиям, *Wildberries* стал одним из самых популярных онлайн-магазинов [1]. На данный момент у *Wildberries* насчитывается около 839 пунктов выдачи в Беларуси. По официальным данным платформу *Wildberries* каждый день посещают 7 млн. пользователей из 10 стран и совершают 780 тыс. заказов. Основанная в 2011 году, компания *Lamoda* быстро стала одним из лидеров в сфере онлайн-шопинга, предлагая широкий ассортимент товаров от мировых брендов [2]. *Lamoda* предлагает покупателям удобную систему заказа и доставки, а также возможность возврата товара в случае необходимости. Компания активно развивает свою деятельность, расширяя ассортимент и улучшая сервис для удовлетворения потребностей своих клиентов. Кроме того, *Lamoda* также является платформой для молодых дизайнеров и брендов, предоставляя им возможность продвижения своих коллекций и привлечения новых клиентов.

Сайты *Wildberries* и *Lamoda* имеют удобный интерфейс, позволяющий пользователям легко найти нужные товары, ознакомиться с их описанием и отзывами других покупателей, а также оформить заказ с доставкой. Сайты постоянно обновляют свой ассортимент, добавляя новые бренды и коллекции, чтобы удовлетворить потребности покупателей. В социальных сетях *Wildberries* и *Lamoda* предлагают своим

подписчикам уникальные предложения, акции и скидки, поддерживают активное взаимодействие с клиентами через публикации, ответы на комментарии и личные сообщения. Это позволяет им быть ближе к своей аудитории и удовлетворять их потребности, предлагая интересный контент и актуальную информацию о новинках и акциях. Таким образом, интернет-магазины используют социальные сети для укрепления своей позиции на рынке и установления долгосрочных отношений с клиентами.

Однако в результате анализа были выявлены следующие проблемы в интернет-коммуникациях *Wildberries* и *Lamoda*:

- управление репутацией;
- технические проблемы;
- проблемы с *seo*-оптимизацией;
- проблемы с *email*-маркетингом;
- проблемы с *SMM*.

Если не решать данные проблемы своевременно, это может привести к ухудшению репутации, потере клиентов, ухудшению позиций в поисковых системах, потере потенциальных партнеров.

Для решения перечисленных проблем авторы разработали ряд рекомендаций по совершенствованию интернет-коммуникаций. Были предложены актуальные методы и лучшие практики, касающиеся улучшения репутации, работы сайтов, SEO-оптимизации, Email-маркетинга, SMM-продвижения в социальных сетях интернет-магазинов, чтобы организации могли эффективно конкурировать и оставаться успешными.

Подводя итог отметим, что, используя различные каналы, интернет-магазин может увеличить свою видимость и привлекательность для потенциальных покупателей, а также усилить свою репутацию. Однако для большей эффективности работы организации следует анализировать применение интернет-коммуникаций и выявлять проблемы. Это нужно и для того, чтобы оптимизировать маркетинговые стратегии и улучшить результаты. Анализ проблем может помочь выявить слабые места и найти способы решения возникающих проблем.

Библиографические ссылки

1. Wildberries – интернет-магазин модной одежды и обуви [Электронный ресурс]. URL: <https://www.wildberries.by/>. (дата обращения: 28.01.2024).
2. Интернет-магазин одежды и обуви Lamoda [Электронный ресурс]. URL: <https://www.lamoda.by/>. (дата обращения: 28.01.2024).