

**ALFRED NOBEL UNIVERSITY
DEPARTMENT OF INTERNATIONAL MARKETING**

BACHELOR'S THESIS

on the topic

“INTERNET MARKETING: SEO AND SMM PROMOTION”

Completed: 4th year student, group _____

Speciality 075 Marketing

code and title

Petrenko H.O.

surname and initials

Supervisor: Hamzah O.V., PhD in Economics,
Associate Professor

surname and initials, academic degree, academic rank

Dnipro, 2024

АНОТАЦІЯ

Петренко Г.О. Інтернет-маркетинг: SEO і SMM-просування

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи організації та контролю маркетингової діяльності підприємства, здійснено маркетинговий аналіз та маркетинговий аудит діяльності, розроблено рекомендації щодо вдосконалення організації маркетингової діяльності агенції нерухомості «Alanya GRAND» у мережі Інтернет: у пошукових системах та соціальних мережах. З урахуванням специфіки послуг компанії «Alanya GRAND» запропоновано впровадження організації відділу SEO та SMM, рекомендовано розробити контент-план з урахуванням аналізу цільової аудиторії, її потреб і бажань..

Ключові слова: маркетинг у соціальних мережах, інструменти інтернет-маркетингу, маркетинговий аналіз підприємства, аналіз конкурентного середовища, комунікаційна діяльність.

SUMMARY

Petrenko H.O. Internet marketing: SEO and SMM-promotion

In master's thesis, the theoretical and methodological foundations of the organization and control of the marketing activity of the enterprise were considered, a marketing analysis and a marketing audit of the activity were carried out, recommendations were developed for improving the organization of the marketing activity of the real estate agency "Alanya GRAND" on the Internet: in search engines and social networks. Taking into account the specifics of the services of the "Alanya GRAND" company, it is proposed to implement the organization of the SEO and SMM department, and it is recommended to develop a content plan taking into account the analysis of the target audience, its needs and desires.

Keywords: marketing in social networks, Internet marketing tools, marketing analysis of the enterprise, analysis of the competitive environment, communication activity.

INTRODUCTION	7
CHAPTER 1. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF FORMATION INTERNET MARKETING TOOLS FOR ENTERPRISES	10
1.1. The role of Internet marketing tools and their benefits for modern enterprises	10
1.2. The essence and features of Internet marketing as an element communication activity of the enterprise	11
1.3. Methodology of analysis of efficiency of use Internet marketing tools	13
CHAPTER 2. STUDYING WAYS OF OPTIMIZING RELATIONSHIP MANAGEMENT WITH TARGET GROUPS USING MARKETING IN SOCIAL MEDIA	27
2.1. General characteristics of the real estate agency "Alanya GRAND" and its competitive positions in the market	27
2.2. Analysis of the competitive environment of the real estate agency "Alanya GRAND" in the real estate market	33
2.3. SWOT-analysis of the real estate agency "Alanya GRAND"	35
2.4. The main functions of the marketing department	38
2.5. The target audience of the "Alanya GRAND" agency	40
2.6. The real estate agency's online presence	41
CHAPTER 3. IMPROVEMENT OF THE FORMATION OF TOOLS INTERNET MARKETING FOR THE COMMUNICATION ACTIVITIES OF THE REAL ESTATE AGENCY "ALANYA GRAND"	47
3. 1. Description of the proposed advertising activities of the "Alanya GRAND" real estate agency	47
3. 2. Stimulation of sales of new buildings of the agency "Alanya GRAND"	51
3. 3. Project recommendations for optimizing the SMM and SEO	

strategy of the real estate agency "Alanya GRAND"	60
Conclusions	66
REFERENCES	69

REFERENCES

1. Закон України «Про власність» від 7.00.92р.//Голос України від 7.02.92 р.
2. Закон України» Про захист прав споживачів» // Відомості Верховної Ради України 1994 р. №1, ст.1.
3. Закон України «Про оподаткування прибутку підприємства» від 28.12.94 р. // «Негоціант» №7, 1995 р.
4. Закон України «Про підприємництво» від 24.06.93р. // Голос України від 9.07.93 р.
5. Закон України «Про підприємства» від 27.03.91р.// Голос України від 09.06.91 р.
6. Закон України «Про рекламу»//Голос України №136 від 25.06.1996 р.
7. Бабко Н.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Романюк І.А., Квятко Т.М. Поведінка споживача: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 170 с.
8. Бабко Н.М., Мандич О.В., Сєвідова І.О., Романюк І.А., Квятко Т.М. Поведінка споживача: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 170 с.
9. Балабанова Л. В. Бренд-менеджмент підприємств в умовах маркетингової орієнтації : [монографія] / Л. В. Балабанова, Я. В. Приходченко. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2021. - 200 с.
10. Борисенко О.С., Фісун Ю.В. Маркетинг відносин як сучасна концепція маркетингу. Інфраструктура ринку. 2023. Вип. С. 107–113. 7. Гармідер, Л.Д. Підходи щодо оцінки ефективності маркетингової діяльності на підприємствах сфери послуг. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2019. № 3. С. 177–181
11. Данько Т. П. Кількісні методи аналізу в маркетингу: монографія / Т.П Данько, І.І. Скоробогатих. — Одеса, 2020. — 384 с.
12. Демченко М. В. Кількісні методи вивчення потреб та поведінки споживачів у контексті сучасних маркетингових комунікацій /

Communications and Communicative Technologies. Вип. 19. 2019. С. 41 – 47.
DOI: 10.15421/291906

13. Іванова Л.О., Музика О.М. Лояльність споживачів та формування їх видів на споживчому ринку. Науковий вісник НЛТУ України. 2023. № 23.7. С. 164–172.

14. Конспект лекцій для вивчення дисципліни «Маркетинг» для студентів денної форми навчання ступеня вищої освіти «Бакалавр» / Н.Р. Іванечко, Т.М. Борисова, Р.Б. Окрепкий, Л.Я. Турчин, Г.А. Заячківська, О.М. Стець, О.П. Обуд – Тернопіль: ТНЕУ, 2022. – 56 с.

15. Ларіна Я.С., Рябчик А.В. Поведінка споживача. / Київ : ВЦ «Академія», - 2014. - 224 с.

16. Ларіна Т. Ф. Аналіз мотивації споживачів у digital-середовищі на основі моделі AIDA [Текст] / Тетяна Федорівна Ларіна, Оксана Володимирівна Болотна, Олександр Сергійович Пономарьов // Український журнал прикладної економіки. –2018. – Том 3. –№ 3. –С. 235–239.

17. Рябов І. Б., Шевкопляс І. М., ОСОБЛИВОСТІ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗАСТОСУВАННЯ СИСТЕМИ DIGITAL-МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ / Ефективна економіка, № 12, 2020. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.12.93

18. Савицька Н.Л. Маркетинг у соціальних мережах: стратегії та інструменти на ринку B2C // Marketing and Digital Technologies Volume 1, No 1, 2017. С. 20 –32

19. 6 real estate marketing strategies to help you sell more, April 2022 [Electronic resource] – Access at: <https://www.wix.com/blog/real-estate-marketing>

20. How has Turkey’s economy kept growing despite raging inflation, July, 2022 [Electronic resource] – Access at: <https://www.economist.com/briefing/2022/07/21/how-has-turkeys-economy-kept-growing-despite-raging-inflation>

21. How to develop an effective SEO strategy in 2024? March 2024 [Electronic resource] – Access at: <https://www.forbes.com/advisor/business/seo-strategy/>
22. How to Win at Real Estate Marketing – A Complete Guide, January 2024 [Electronic resource] – Access at: <https://narrato.io/blog/how-to-win-at-real-estate-marketing-a-complete-guide/>
23. Real Estate Marketing: A Complete Guide for Agencies & Realtors, September 2023 [Electronic resource] – Access at: <https://rockcontent.com/blog/real-estate-marketing/>
- 24.
25. SEO marketing in 2024: the ultimate guide, April 2024 [Electronic resource] – Access at: <https://www.forbes.com/advisor/business/seo-marketing/>
26. Social media marketing: how to build a strategy, September, 2023 [Electronic resource] – <https://sproutsocial.com/insights/social-media-marketing-strategy/>
27. Tone of voice: why a consistent brand voice is important, [Electronic resource] – Access at: <http://surl.li/uquur>
28. Turkish real estate market: Expectations and reality, January, 2024 [Electronic resource]. Access at: – <https://www.linkedin.com/pulse/2024-turkish-real-estate-market-expectations-realities-baykal-jaf9f>
29. Аналітика запитів у сфері нерухомості платформи <https://trends.google.com.ua/>. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://bit.ly/3ogE1FP>
30. Болотна О. В. Емоційний маркетинг як технологія управління поведінкою споживачів. Ефективна економіка. 2021. №8. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2257>.
31. Григорчук Т.В. БРЕНДИНГ. Навч. посіб. для дистанційного навчання. Тема 2. Особливості поведінки споживачів у процесі

- купівлі товарів і послуг визначених брендів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sites.google.com/site/brendingsoccult/tema-2-osoblivosti-povedinkispozivaciv-u-procesi-kupivli-tovariv-i-poslug-viznacenih-brendiv>
32. Гуменна О. В. Сучасні інструменти цифрового маркетингу в системі інтегрованих маркетингових комунікацій. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/84072.pdf>
33. Дослідження звичок і уподобань споживачів. <https://digdata.com.ua/> [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://digdata.com.ua/index.php/uk/studies-ukr/usage-and-attitude-study-ukr/>
34. Інформаційна пошукова платформа DOM.RIA. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://dom.ria.com/uk/agencies/?city_id=220&state_id=10
35. Інформаційна пошукова платформа Rieltor.ua. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://rieltor.ua/ru/irpen/firms/?query=&sort=-by_points
36. Кірносова М.В., Білаш М.М., 2018 Дослідження тенденцій розвитку маркетингових комунікацій на ринку нерухомості «Молодий вчений» № 10 (62) жовтень, 2020 р. С. 803 – 806. <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/10/186.pdf>
37. Коргут С. 6 головних питань digital-стратегії / Promodo.ua. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://promodo.ua/ua/blog/6-glavnyh-voprosov-digitalstrategii.html>
38. ЛИЛИК І. Особливості поведінки споживачів у нових ринкових економіках. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: 2008 http://iepjournals.com/journals/8-9/2008_9_Luluk.pdf
39. Маркетинг у нерухомості. Wikipedia. Access at: <https://bit.ly/3uQMqZn>

40. Нерухомість у Туреччині: особливості покупки і вартість на ринку, 2024 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://europortal.biz.ua/evropa/turtsiya/neruhomist-v-turechuni.html>
41. Окландер М. А. СЕГМЕНТУВАННЯ ОНЛАЙН-СПІЛЬНОТ. Научные и учебные труды. Официальный сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://oklander.info/wp-content/uploads/2017/11/202_statya.docx
42. Офіційний сайт компанії “Alanya GRAND”. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://alanyagrand.com/>
43. Платформа Google Trends. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://trends.google.com.ua/trends/>
44. П’ять найкращих соцмереж для продажу нерухомості, жовтень, 2023 [Електронний ресурс] – <https://salestech.com.ua/tpost/n1vfmsxa91-pyat-naikraschih-sotsmerezhh-dlya-prodazh>
45. Скринько М. М., СПОЖИВАЧ У КОНЦЕПЦІЯХ МАРКЕТИНГУ, с. 217- 225. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/197256716.pdf>