

УДК 338.026

DIGITAL-MARKETING: ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Аринушева М.С.

студент, ИТИ

*Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского,
г.Калуга, Россия*

Медведева О.С.

К.э.н., доцент,

*Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского,
г.Калуга, Россия*

Аннотация: В статье рассматриваются основные тенденции развития digital-маркетинга. Актуальность проблемы продвижения товаров и услуг существует как на уровне крупных корпораций, так и на уровне одного предпринимателя. Современные предприятия все чаще осознают важность использования инструментов цифрового маркетинга для увеличения прибыли и повышения эффективности своего бизнеса. Это явление будет продолжаться и развиваться в ближайшее время, поэтому предприниматели должны включать в свои стратегии создания и развития бизнеса прогрессивные инструменты цифрового маркетинга. Цель данной статьи заключается в исследовании современных тенденций digital-маркетинга.

Ключевые слова: digital-маркетинг, маркетинг, инструменты, тенденции, тренды, товары, услуги, компании, онлайн-торговля, цифровизация бизнеса, социальные сети.

DIGITAL MARKETING: MAIN TRENDS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

Arinusheva M.S.

student, ITI

Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky,

Kaluga, Russia

Medvedeva O.S.

Candidate of Economics, Associate Professor,

Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky,

Kaluga, Russia

Abstract: The article discusses the main trends in the development of digital marketing. The urgency of the problem of promoting goods and services exists both at the level of large corporations and at the level of a single entrepreneur. Modern enterprises are increasingly realizing the importance of using digital marketing tools to increase profits and increase the efficiency of their business. This phenomenon will continue and develop in the near future, so entrepreneurs should include progressive digital marketing tools in their business creation and development strategies. The purpose of this article is to study current trends in digital marketing.

Keywords: digital marketing, marketing, tools, trends, trends, goods, services, companies, online trading, digitalization of business, social networks.

Digital-маркетинг в настоящее время является одним из самых актуальных направлений для привлечения новых клиентов и увеличения продаж. С каждым годом число пользователей интернета растет, что создает большие возможности для эффективной рекламы и продвижения продуктов и услуг. Digital-маркетинг позволяет измерять эффективность кампаний, корректировать их в реальном времени и достигать целевой аудитории более точно и эффективно, чем традиционные методы маркетинга. В условиях

Дневник науки | www.dnevnika.ru | СМИ Эл № ФС 77-68405 ISSN 2541-8327

растущей конкуренции на рынке, использование Digital-маркетинга является необходимым для того, чтобы не только привлечь, но и удержать в своей аудитории клиентов. При планировании коммуникативной политики каждая компания стремится предложить свой товар или услугу как можно большему числу потребителей и расширить клиентскую базу [10].

С ростом экономического развития общества выросла конкуренция во всех сферах жизни, что находит отражение при продвижении товаров и услуг. Планируя комплекс коммуникаций с клиентом следует учитывать тот факт, что многие пользователи предпочитают делать заказы, используя различные социальные сети и мессенджеры [3, 4]. Это подтверждается ежегодным ростом онлайн-продаж на протяжении последних лет в среднем на 15-25 % [9].

Актуальность проблемы продвижения товаров и услуг существует как на уровне крупных корпораций, так и на уровне одного предпринимателя. Цель данной статьи заключается в исследовании современных тенденций digital-маркетинга. Новизна исследования заключается в систематизации знаний о digital-маркетинге и его основных инструментах.

Digital-маркетинг - это комплексная система маркетинговых стратегий и инструментов, которые позволяют продвигать товары или услуги с использованием цифровых технологий, таких как интернет, социальные сети, мобильные приложения, поисковые системы, электронная почта и другие. Он включает в себя такие направления, как контент-маркетинг, поисковый маркетинг, социальный маркетинг, e-mail-маркетинг, мобильный маркетинг, видео-маркетинг, аналитику и технологии и многое другое.

Цель Digital-маркетинга - привлечь внимание и создать интерес к продукту или услуге, увеличить продажи, улучшить взаимодействие с клиентами и формирование долгосрочной лояльности. Достоинства использования digital-маркетинга представлены на рисунке 1:



Рис. 1 - Основные плюсы digital-маркетинга [5]

Использование передовых цифровых технологий позволяет достигать оптимального охвата целевой аудитории и эффективно взаимодействовать с ней, что обеспечивает высокую эффективность данного подхода. В результате компании могут добиваться более высоких продаж, улучшать взаимодействие с клиентами и улучшать лояльность.

Digital-маркетинг включает в себя использование большого количества инструментов и технологий для эффективного продвижения брендов, товаров и услуг в Интернете.

В 2022 году российский рынок digital-рекламы сильно изменился. Популярные ранее платформы в России – Instagram* и Facebook* – были заблокированы на территории РФ (* запрещённый сервис, принадлежащий компании Meta*, признанной в России экстремистской организацией) и бизнесу пришлось быстро искать альтернативы.

В настоящее время все больше наблюдается процесс «раскручивания» таких социальных сетей и мессенджеров, как Telegram и ВКонтакте. Социальную сеть ВКонтакте ежедневно используют больше 50 млн человек. На данный момент, по количеству пользователей, инструментов для рекламы ВКонтакте является самой эффективной площадкой для бизнеса. Эта платформа подходит для всех видов бизнеса и компаний. Уже сейчас можно заметить изменение цен на размещение рекламы. Так как спрос на рекламные публикации постоянно увеличивается, то растущие цены на размещение рекламы становится проблемой для бизнеса [8].

Также многие пользователи начали развивать свои Telegram-каналы. По данным Statista в ноябре 2022 года мессенджер Telegram посещали 700 миллионов активных пользователей в месяц. Это на 40% больше, чем в начале 2021 года.

Контент-маркетинг: например, статьи, видео, гайды, рассылки, новости и вообще весь полезный контент, который выпускает компания. Контент-маркетинг привлекает новых пользователей, превращает аудиторию в покупателей, а покупателей — в постоянных клиентов.

В 2023 году бизнес практически полностью перешел на российские соцсети. Статистика пользования социальными сетями среди россиян представлена на рисунке 2.

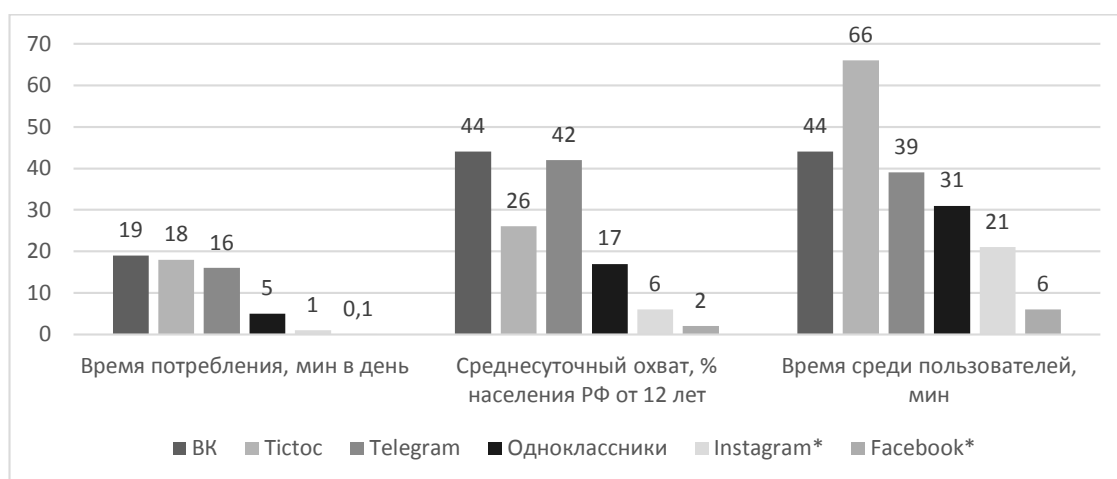


Рис. 2 - Актуальные позиции топовых социальных сетей [2]

Digital-маркетинг в 2023 году будет продолжать развиваться и модернизироваться в соответствии с технологическими изменениями. Основными тенденциями развития Digital-маркетинга в 2023 году будут:

1. оснащение сайтов и приложений визуальными возможностями;
2. автоматизация маркетинговых процессов с увеличением использования искусственного интеллекта;
3. сближение онлайн и офлайн;
4. увеличение значимости мобильного маркетинга, включая геолокационный маркетинг и мобильные приложения;

5. сотрудничество с независимыми платформами, такими как YouTube и Pinterest, продолжает повышать значимость работ по Influencer-маркетинга.

Использование социальных сетей при продвижении позволяет не только сформировать устойчивые коммуникации с клиентом, но и позволяет решать другие задачи: позволяет раскрутить бренд, сформировать лояльных потребителей.

Библиографический список

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2020. — 352 с.
2. Аудитория восьми крупнейших соцсетей в России в 2023 году: исследования и цифры // <https://ppc.world/articles/auditoriya-vosmi-krupneyshih-socsetey-v-rossii-issledovaniya-i-cifry/> (Дата обращения 24.10.2023)
3. Еремеева, А. Социальные сети как инструмент формирования общественного мнения о здоровом образе жизни / А. Еремеева, О. С. Медведева // Актуальные проблемы активного долголетия и качества жизни пожилых людей: Сборник научных трудов, Калуга, 15 ноября 2018 года. — Калуга: ФБГОУ ВПО "Калужский государственный университет им. К.Э.Циолковского", 2019. — С. 56-60.
4. Кардаш, Д. Ю. Нейромаркетинг в органах публичной власти: истоки развития и современные технологии применения / О. С. Медведева, Д. Ю. Кардаш // Интернет-журнал Науковедение. — 2017. — Т. 9, № 1. — С. 22.
5. Каншаев, М.М. Маркетинговые коммуникации и социальные сети: текущий опыт и современные тенденции / Е.А. Давыденко, М.М. Каншаев // Маркетинговые коммуникации. — 2021. — № 2. — С.82–91.

6. Каковы главные тенденции digital-маркетинга на 2023 год? — Диджиталист на vc.ru - <https://vc.ru/u/1900584-didzhitalist/704095-kakovy-glavnye-tendencii-digital-marketinga-na-2023-god> (Дата обращения 24.10.2023)
7. Козыр, Д.А. Возможности платформ для автоматизации digital-маркетинга / Д.А. Козырь // Интернет-маркетинг. – 2021. – № 2.- С.102–112.
8. Лукашина, Е.В. Маркетинг в социальных сетях: тенденции и перспективы / О. С. Медведева, Е. В. Лукашина // Инновационная экономика и современный менеджмент. – 2020. – № 3(29). – С. 8-12. – EDN ВНUBMN.
9. Медведева, О. С. Перспективы и возможности онлайн-маркетинга в розничной торговле / О. С. Медведева // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2018. – № 8. – С. 188-192. – EDN YUVWJF.
10. Субботина, Т. Н. Построение коммуникаций с потребителями в мессенджерах // Вектор экономики. – 2021. – № 1(55). – С. 4.

Оригинальность 88%