

ПОПУЛЯРНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА

Е.А. Какоша, Ю.И. Ряжева

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, Самара, Россия

Обоснование. На сегодняшний день интернет-пространство и цифровые технологии считаются одними из важнейших направлений развития современного маркетинга. Цифровой маркетинг — это маркетинг товаров и услуг с применением цифровых технологий.

Цель — изучить инструменты цифрового маркетинга.

Методы. Изучив работы [1, 2], целесообразно рассмотреть наиболее популярные инструменты цифрового маркетинга и привести примеры их использования:

1. Поисковый маркетинг.
2. Маркетинг в социальных сетях. Сейчас практически не осталось компаний, которые бы им не воспользовались. Например, Сбербанк в своем аккаунте в Instagram рассказывает о новинках и выгодных предложениях, общается с пользователями. С блокированием данной социальной сети, маркетинг в социальных сетях не исчез. В настоящее время компании активно работают в других социальных сетях, таких как: Telegram, VK, ОК.
3. Email-маркетинг. Для него собирают базу email-адресов потенциальных клиентов и составляется план рассылок. Таким способом продвижения пользуются многие компании, к примеру, Adidas, Ozon.
4. Разработка сайтов, или лендинг — сайт, в котором размещается информация о товарах и услугах. Данный инструмент используется для продвижения товара или услуги.
5. Интерактивные экраны. Например, в этом году компания Nike заняла огромный трехмерный билборд в Токио для объемной 3D-рекламы. Короткий объемный ролик с кроссовками привлек всеобщее внимание, поскольку вживую модели кроссовок выглядят очень правдоподобно.
6. Видео-реклама. С помощью видео можно кратко ознакомить клиентов с товаром, рассказать о своем бренде, выкладывать обучающие гайды, а также особой популярностью пользуются прямые эфиры и видео отзывы.
7. Мобильные приложения. Приложение магазина Лэтуаль позволяет совершать покупки, не выходя из дома, а также упрощает поиск и выбор нужного товара, имеет систему скидок и бонусную карту, которая будет всегда под рукой.

8. Инструменты мобильного маркетинга:

- реклама в приложениях. Встраивается в игры и приложения для цифровых носителей. В большинстве случаев пользователь посмотрит рекламу, поскольку она не отключается бесплатно;
- смс-рассылки;
- push-уведомления так же пользуются особой популярностью. Для поддержания интереса у пользователей уведомления становятся более персонализированными и необычными;
- QR-коды, важный инструмент, позволяющий выводить потребителя из офлайн среды в онлайн. Часто с помощью таких интерактивных кодов можно получить подарок от бренда, пройти опрос, посмотреть рекламные видео, получить специальное предложение, скачать музыку и так далее.

Результаты. Инструментов цифрового маркетинга достаточно много. В работе рассмотрены только те, которые пользуются наибольшей популярностью среди различных компаний. Знание популярных инструментов цифрового маркетинга позволит компании привлечь внимание потенциальных потребителей, улучшить репутацию, вывести ее на новый уровень развития.

Выводы. Найти подходящий набор инструментов для повседневного использования — одна из самых сложных задач, с которой сталкиваются специалисты в области цифрового маркетинга. Нужно тестировать и пробовать, выбирать наиболее оптимальные способы продвижения продукта, использование только одного инструмента не принесет серьезного результата.

Ключевые слова: цифровой маркетинг; инструменты цифрового маркетинга; SMM-маркетинг; поисковый маркетинг; способ продвижения продукта; увеличение трафика.

Список литературы

1. Логунцова И.В. Актуальные тренды рынка маркетинговых коммуникаций в условиях пандемии COVID-19 // Государственное управление. Электронный вестник. 2020. № 8. С. 54–68.
2. Шевченко Д.А. Цифровой маркетинг: обзор каналов и инструментов // Практический маркетинг. 2018. № 1. С. 84–89.
3. statista.com [Электронный ресурс]. Statista [дата обращения: 05.04.2022]. Доступ по ссылке: <https://www.statista.com/>

Сведения об авторах:

Елизавета Александровна Какоша — студентка, группа 7321–380302D, институт экономики и управления; Самарский национальный исследовательский университет им. акад. С.П. Королева, Самара, Россия. E-mail: elizvetakakosa4176@gmail.com

Юлия Ивановна Ряжева — научный руководитель, кандидат экономических наук; доцент кафедры общего и стратегического менеджмента; Самарский национальный исследовательский университет им. акад. С.П. Королева, Самара, Россия. E-mail: ryazheva_yulia@mail.ru