

УДК 339.138:004.77

ОСНОВНЫЕ ТАКТИКИ DIGITAL-MARKETING И ЭФФЕКТИВНОЕ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ



О.Н.Шкор

Старший преподаватель
кафедры экономики БГУИР



В.А.Римша

Студентка инженерно-
экономического факультета,
специальность «Электронный
маркетинг»

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь
E-mail: shkor@bsuir.by , vlada_rimsha@mail.ru

О.Н.Шкор

Родилась в Минске. Закончила БПИ в 1984 году. В 2001 г. защитила магистерскую диссертацию на тему: «Использование блочно-модульной системы обучения в профессиональной ориентации школьников» по специальности 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством». В 2010 г. защитила докторскую диссертацию (PhD) на тему: «Экономическое обоснование формирования транспортной логистической системы Республики Беларусь» в Международной кадровой академии (Киев). С 2014 г. по настоящее время - заместитель заведующего кафедрой по научно-исследовательской работе студентов.

В.А. Римша

Родилась в 2000 году в Барановичах. В 2017 году закончила ГУО «Средняя школа №20 г. Барановичи». В этом же году поступила в УО «БГУИР», была зачислена на платную форму обучения по специальности «Электронный маркетинг» инженерно-экономического факультета.

Аннотация. На сегодняшний день темы о продвижении услуг на рынок зачастую сводятся к тактике digital-маркетинга. Надо признать, интернет сделал продвижение настолько эффективным и результативным, что классическому маркетингу в нынешних условиях сложно добиться подобных итогов. Грамотно составленная стратегия в интернет-маркетинге содержит обязательные элементы, о которых пойдет речь.

Ключевые слова: digital-маркетинг, тактика, социальные сети.

Основные тактики digital-marketing и эффективное их использование.

Интернет является глобальным средством коммуникации, которое обеспечивает свободный обмен информацией во всевозможных ее формах, а также является эффективным инструментом для проведения различных исследований, развития торговли и бизнеса, воздействие на аудиторию. Интернет-маркетинг стал популярным с расширением доступа к Интернету и представляет собой неотъемлемую часть любой маркетинговой компании и организации. [1] Одной из важных составляющих является digital marketing.

Digital marketing (цифровой или интерактивный маркетинг) – это использование всех возможных форм цифровых каналов для продвижения бренда.[2]

На данный момент есть большой ряд тактик и инструментов, которые имеют отношение к понятию цифрового маркетинга. Это сам веб-сайт компании и каналы digital

маркетинга – онлайн-каналы продвижения и привлечения клиентов: SEO, онлайн реклама, email-маркетинг, воронка продаж, контент маркетинг, тизерная реклама, SMM и т.д.

Бизнес, который использует разные тактики digital маркетинга имеет возможность взаимодействовать с целевой аудиторией намного более эффективно и своевременно, тем самым постоянно повышая количество новых клиентов и лояльность аудитории к бренду. Далее идёт перечисление наиболее популярных стратегий цифрового маркетинга, которые могут быть использованы при реализации усилий по контент-маркетингу.

Сообщения в блоге.

Создание и ведение блога обходится недорого, и для их начала требуется очень мало технических знаний. Если есть желание создать блог, в котором будут подписчики, публикации и участие, необходимо много планировать и следовать нескольким рекомендациям, например, таким как: не нужно писать пост в блоге без плана; необходимо знать, на кого нацелены посты, сохранение фирменных шрифтов и цветовых решений всего сайта, поддержание единого дизайна и идеи; варьирование типов контента.

Социальные сети.

Социальные сети – это онлайн-среда, объединяющая людей по интересам, представляющая совокупность бесплатных средств распространения информации, которая строится в Интернете усилиями индивидуальных пользователей и компаний. Сюда приходят, чтобы обсуждать и комментировать самые разные темы и события. Яркие примеры – LinkedIn, Facebook, Vkontakte.[3] Активное присутствие в социальных сетях ведет к узнаваемости бренда, и это облегчает заключение сделок и увеличивает оборота компании. В дополнение к этому, социальные сети могут использоваться в качестве платформы для установления отраслевого опыта, развития отношений и, в конечном итоге, для воронки продаж. К сожалению, многие стратегии маркетинга в социальных сетях для B2B не дают желаемых результатов, потому что недостаточно времени уделяется выработке стратегии использования различных социальных сетей. Хорошая стратегия в социальных сетях должна включать:

- План использования ключевых слов таргетинга;
- Оптимизация для поиска в социальных сетях, а также в поисковых системах;
- Определение, к каким группам и чатам присоединиться;
- Создание списка компаний, с которыми можно было бы установить партнерские отношения;
- Объединение стратегии социальных сетей с существующими маркетинговыми кампаниями;
- Определение того, какие инструменты будут использоваться для создания и продвижения постов;

Почтовые рассылки.

При эффективном использовании почтовые рассылки являются отличным средством для выработки лидерских качеств, привлечения внимания и информирования читателей и привлечения людей на сайт.

Видео.

Использование видеоконтента в маркетинге B2B становится все более и более популярным, поскольку люди понимают, что он способен привлекать потенциальных клиентов, стимулировать SEO и привлекать внимание. Тем не менее, чтобы получить максимальную выгоду от видеомаркетинга, есть несколько рекомендаций:

1. Каждое видео должно иметь одну цель, оно должно быть коротким, и оно должно быть прямо к сути.
2. Знать, на кого будет направлено каждое видео.
3. Помните, что самое эффективное время для видео - от трех до пяти минут.
4. Инвестировать в лучшее качество продукции.

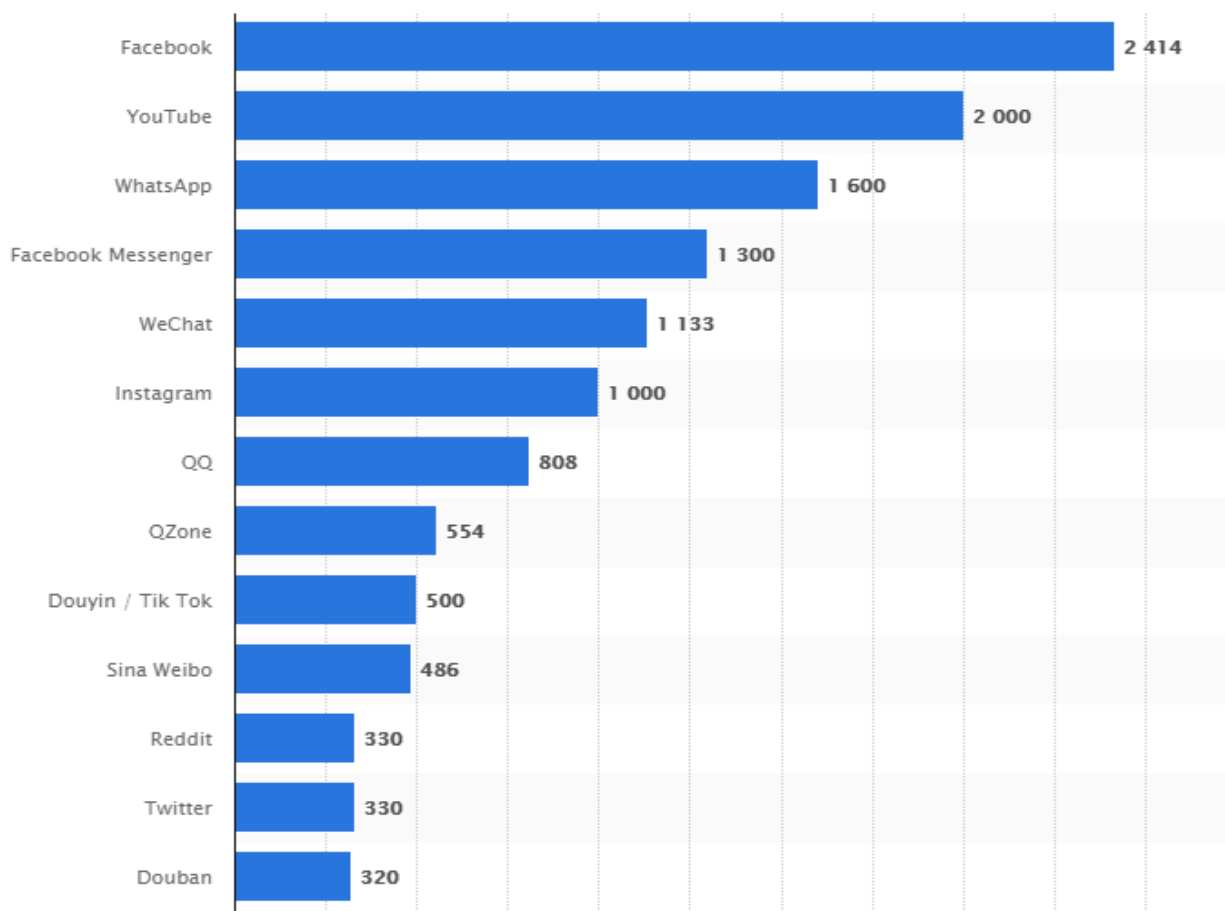


Рисунок 1. – Наибольшее количество активных пользователей социальных сетей (в миллионах) [4]

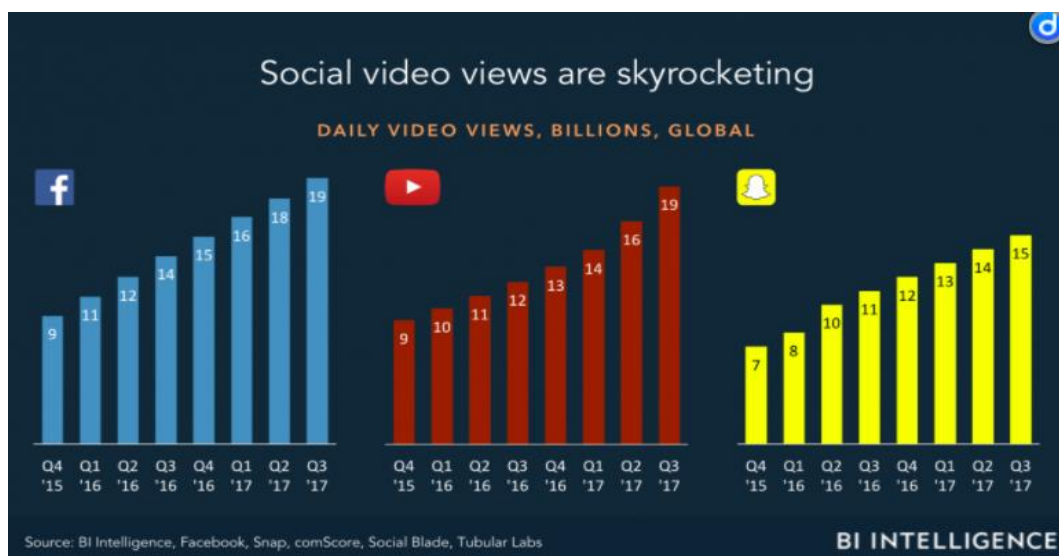


Рисунок 2. – Прирост количества просмотров видео в социальных сетях [5]

Изображения и фотографии.

Доверие значительно возрастает, когда люди могут связывать лица с именами. Это характерно как в B2B, так и в B2C. Вот почему одним из самых мудрых способов

использования фотографий в контент-маркетинге B2B является просто размещение фотографий себя и своей команды на своем веб-сайте, в социальных сетях и блогах. В дополнение к этому посты в блогах и статьи, содержащие визуальные элементы, являются привлекательными. Все изображения должны быть высокого разрешения и с подходящим описанием.

Микросайты.

Микросайт – это небольшой веб-сайт, который создан для определенной цели. Например, некоторые компании создают микросайты для разных стран, если они продают товары и услуги в международном масштабе. Можно создавать микросайты для участия в различных маркетинговых кампаниях, рассказывать историю проекта. Если клиент действительно хочет узнать больше о кампании или продукте, перенаправление его на микросайт дает им возможность сфокусироваться без особых отвлекающих факторов.

Инфографика.

Инфографика – отличный инструмент для того, чтобы представить читателей с большим количеством информации в легко усваиваемой форме. Инфографика также позволяет легко объяснить сложные идеи и темы.

Мобильные приложения.

Создав мобильное приложение, предоставляется существующим клиентам удобный и портативный способ совершать покупки, просматривать заказы, исследовать продукты и услуги и использовать контент доступный через приложение.

Инструменты фирменного контента.

Инструменты фирменного контента - это инструменты, которые предоставляются пользователям, обычно через веб-сайт или загружаемое приложение, которое предоставляет им решение проблемы или некоторые полезные функции. Например, наличие онлайн-инструмента, который позволяет искать рецепты на сайте. Затем, выбрав нужный рецепт, становятся доступны список покупок и инструкции по приготовлению. Одним из способов реализации инструментов фирменного контента в маркетинговой стратегии B2B является предоставление посетителям простого набора калькуляторов, которые они могут использовать для определения затрат, экономии денег и экономии времени, если они решат использовать ваши продукты.

Людей по-прежнему привлекают такие элементы, как изображения, видео, интерактивные инструменты и удобные для мобильных устройств опции при принятии решений о покупке для компаний, так же, как и при принятии решений о покупке для себя. Пока есть представления о покупателе и наличие бренда, можно использовать практически каждую из тактик цифрового маркетинга, чтобы расширить знания или бренд, наладить отношения и привлечь потенциальных клиентов.

Список литературы

- [1.]. Дорош, И.А. Интернет-маркетинг как платформа развития бизнеса в Республике Беларусь / И.А. Дорош // Проблемы экономики и информационных технологий: материалы 53-й научной конференции аспирантов, магистрантов и студентов (Минск, 02-06 мая 2017 года). - Минск: БГУИР, 2017. - 72-73 с.
- [2.]. Клыков, В., Digital маркетинг – что это такое, и с чем его едят? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ukraine.net/digital-marketing-cto-eto-takoe-i-s-chem-ego-edyat/>– Дата доступа: 13.01.2020.
- [3.]. О.Н. Шкор «Маркетинговые коммуникации»: учебное пособие для студентов специальности «Электронный маркетинг», БГУИР, 2018, 299 с.
- [4.]. Statista, Most popular social networks worldwide as of October 2019, ranked by number of active users [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>– Дата доступа: 15.01.2020
- [5.]. 7 Social Media Video Marketing Tips for Your Small Business [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.lyfemarketing.com/blog/social-media-video/> Дата доступа: 15.01.2020

THE MAIN TACTICS OF DIGITAL – MARKETING AND THEIR EFFECTIVE USE

O.N.SHKOR

*Senior Lecturer at the
Department of Economics of
BSUIR*

V.A.RIMSHA

Student of BSUIR

*Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics G. Minsk, Republic of Belarus
E-mail^ shkor@bsuir.by*

Abstract. Today, topics about promoting services on the market often come down to digital marketing tactics. I must admit that the Internet has advanced so effectively and efficiently that it is difficult for classic marketing in the current conditions to achieve results. A well-designed strategy in Internet marketing contains the necessary elements, which will be discussed.

Keywords: digital marketing, tactics, social networks.