

ЦИФРОВЫЕ ИННОВАЦИИ И БУДУЩЕЕ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА

Римша В.А, Севзюк Ч.А., Скребло Я.В

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Шкор О.Н. – ст. преп.

В 2018 году ориентация на UX в сфере цифрового маркетинга перешла на совершенно новый уровень. Стало уделяться особое внимание опыту работы с клиентами, функциональности, микромоментам, целенаправленной рекламе.

Рассмотрим наиболее важные и интересные тенденции, которые digital-маркетологи должны отслеживать, и думать о способах включения в свои собственные стратегии.

Область искусственного интеллекта в данный момент является довольно объёмной, даже в контексте самого цифрового маркетинга. Обладая способностью собирать данные, анализировать их, применять их, а затем учиться на них, искусственный интеллект трансформирует цифровые

стратегии. По мере того, как он будет развиваться, будет использоваться и его способность улучшать стратегии цифрового маркетинга и предоставлять ценные идеи для клиентов компаний.

Например, уже продаются автомобили с автоматическим управлением. Также и у «Amazon», и у «Netflix» уже есть встроенные функции искусственного интеллекта, которые помогают с рекомендациями и транзакциями. Однако компании по-прежнему будут использовать искусственный интеллект в ряде новых маркетинговых приложений, включая создание контента, распознавание голоса и лиц, чат-ботов, цифровых помощников и целенаправленных маркетинговых стратегий.

Искусственный интеллект становится нормой с точки зрения маркетинговой стратегии из-за его все более точной способности анализировать поведение потребителей и вносить вклад в лучший, более интерактивный и персонализированный опыт покупок.

В настоящее время большим спросом пользуются персональные цифровые помощники, управляемые искусственным интеллектом, предназначенные для того, чтобы оставаться на связи с людьми на всех этапах их повседневной жизни. Устройства, изготовленные разными компаниями, для получения информации могут связываться даже друг с другом. Эта технология продолжит совершенствоваться на нескольких уровнях, включая распознавание голоса и более персонализированные услуги, многие из которых основаны на анализе данных поведения потребителей. Они также интегрируются с различными производственными и бизнес-программами, и программным обеспечением с целью помочь и быть более продуктивными.

Блокчейн – популярная тема на данный момент, и она не собирается уходить. Это относится к децентрализованному цифровому анализатору, который является основой для анонимных и высокозащищенных приложений.

В бизнес-контексте этот тип технологии может стать чрезвычайно эффективным способом предотвращения мошенничества и обеспечения безопасности транзакций клиентов практически в любой отрасли. В этом он может использоваться, например, для создания бренда и программ лояльности клиентов, особенно в B2B, когда частые и крупные транзакции являются нормой.

По мере развития искусственного интеллекта, чат-боты становятся более способными вести «настоящие» разговоры, что потенциально улучшает ландшафт UX в значительной степени для цифровых маркетологов. Они будут продолжать развиваться в более практичные, универсальные инструменты для бизнеса и потребителей. Один из способов, по которому чат-боты в наши дни делают сенсацию, – это использование чат-ботов, ориентированных на бренд, в социальных сетях.

Одно исследование указывает на тот факт, что более 40% подростков и взрослых используют голосовой поиск ежедневно, и это число растет. Для успеха в SEO-маркетинге стараются оптимизировать свою стратегию и приспособить голосовой поиск. В частности, это может означать, что контент-маркетологи и стратеги сосредоточены на длинных ключевых словах и подробных поисковых фразах.

Влияние маркетинга – это концепция использования «влиятельных» людей для явного и даже неявного продвижения на рынок продуктов и услуг. Данный вид деятельности добился огромного успеха именно в социальных сетях. Причина, по которой это так эффективно, заключается в том, что есть встроенная аудитория, а, значит, у вас есть возможность легко создавать качественные лиды.

Микромоментный маркетинг сильно ориентирован на потребителя и основан на том факте, что в наши дни у потребителей так много выбора и власти в своем поведении и покупке. По сути, речь идет уже не о рекламе, доходящей до потребителей, а о том, что потребители проводят поиск на своих собственных условиях. Клиенты используют мобильные устройства для большинства своих исследований, и они могут проводить их одним нажатием кнопки – поэтому, по сути, им не нужна реклама.

Задача маркетологов заключается в том, чтобы иметь возможность «поймать» своего целевого покупателя в маленьком окне этого момента. Компании должны выяснить, как сохранить себя видимыми и вовлеченными, основываясь на этом новом типе поведения потребителей, например, с помощью предложений в одно касание (дружественных для мобильных устройств) и гарантируя, что они все еще могут удерживать свои позиции в поисковых рейтингах.

Все цифровые маркетологи должны быть в курсе актуальных тенденций, чтобы их маркетинговая стратегия оставалась конкурентоспособной. Маркетологам необходимо иметь четкое видение и цели и придерживаться гибкой долгосрочной стратегии, чтобы учесть эти тенденции. Им всегда нужно думать, учиться и тестировать, чтобы приспособить новую технологию, поскольку она становится все более доступной.

Список использованных источников

1. Основные тенденции и прогнозы в области digital-маркетинга в 2020 году [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/98650-osnovnye-tendencii-i-prognozy-v-oblasti-digital-marketing-a-v-2020-godu>
2. Федорина, К., Почему не надо бояться восстания машин или как ИИ влияет на digital [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.calltouch.ru/pochemu-ne-nado-boyatsya-vostaniya-mashin-ili-kak-ii-vliyaet-na-digital/>

56-я научная конференция аспирантов, магистрантов и студентов БГУИР, 2020 г.

3. 42 Digital Marketing Trends You Can't Ignore in 2020 [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа:
<https://www.singlegrain.com/digital-marketing/digital-marketing-trends-2020/>