

44. DIGITAL-СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ РАБОТ ОРГАНИЗАЦИЙ В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

Алитойть В.О., студент гр 073601, Раптунович О. М., магистрант группы 376741,

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

Мищенко А.С.– канд. экон. наук, доцент

Аннотация. В научной статье рассматриваются основные методы концепции digital-стратегии для продвижения работ в строительной отрасли. Выявлены ключевые проблемы в рассматриваемой сфере деятельности. Предложены пути их решения, в том числе с использованием инструментов digital-стратегии.

С развитием современных технологий развиваются все отрасли деятельности человека. Конкуренция на рынках растет с невероятной скоростью. Конкуренция между фирмами и

предприятиями за рыночные доли и клиентов может привести к снижению цен, повышению качества товаров и услуг, но также может снижать прибыльность и вести к увольнению. Стратегия играет фундаментальную роль в бизнесе, и важность ее наличия и правильной разработки трудно переоценить. Она служит основой для планирования долгосрочных и краткосрочных действий, позволяет более эффективно координировать усилия всех участников компании, чтобы достичь общих целей, способствует более гибкой реакции на изменения внешней среды и рынка.

Digital-стратегия представляет собой набор объединенных между собой шагов, которые выполняются при помощи использования тактики и инструментов digital-маркетинга. Основными задачами являются определение конкретных целей, которые организация стремится достичь с помощью цифровых технологий. Понимание текущего состояния рынка, оценка конкурентов и выявление возможностей для цифровой трансформации, определение какие конкретные инструменты, приложения и технологии будут использоваться для достижения целей – всё это является ключевыми элементами цифровой стратегии.

Стратегия развития и продвижения в диджитал позволяет развиваться в интернете, используя для этого доступные каналы. Применение данной стратегии позволяет увеличить количество целевой аудитории, улучшить ключевые показатели маркетинга, повысить эффективность вложений и правильно составить план для достижения цели. Digital-стратегия — это дорожная карта для продвижения бизнеса в интернете [1]. Она по шагам описывает что, когда и в каком порядке нужно делать, чтобы запускать эффективную рекламу и привлекать как можно больше клиентов.

Продвижение работ в строительстве - это сложная задача, которая требует системных изменений в индустрии. Независимо от размера организации, правильно спроектированная digital-стратегия может определить ее конкурентоспособность и способность адаптироваться к быстро меняющимся рыночным условиям. Поэтому инструментам digital-стратегии следует уделить особое внимание. Далее разберем их примеры.

1. Выбор инструментов и активов для продвижения [2]. Динамичный характер отрасли требует постоянного мониторинга инноваций и привлечения новых инструментов для реализации стратегии.

2. Анализ целевой аудитории — это структурированный процесс сбора и интерпретации информации и данных о людях, которые с наибольшей вероятностью станут потребителями вашего продукта или услуги. Задачей является выявление как уникальных, так и общих характеристик. В первую очередь, организации в сфере строительства должны иметь понимание своей целевой аудитории. Это могут быть потенциальные заказчики, инженеры, архитекторы, или другие участники рынка.

3. Использование технологии Building Information Modeling (BIM). В строительной отрасли, использование современных технологий, таких как BIM, может значительно повысить эффективность и точность проектирования и строительства. Интеграция BIM в digital-стратегию может помочь привлечь клиентов, ценящих инновации и высокое качество работы.

4. Веб-сайт и SEO. Создание информативного и привлекательного веб-сайта - первый шаг к успешной digital-стратегии. Он должен быть оптимизирован для поисковых систем (SEO), чтобы ваша компания появлялась в результатах поиска при запросах, связанных с строительством. По сравнению с контекстной рекламой SEO-канал не требует объемного вклада денег в длительной перспективе.

5. Медийная реклама - это текстовые, графические, фото и видео объявления. Этот инструмент digital-стратегии помогает вызвать у пользователя эмоции и сформировать положительные ассоциации с компанией или продуктом. Регулярное обновление контента, публикация фотографий завершенных проектов и ответы на вопросы клиентов создают доверие и привлекают внимание.

6. Контент-маркетинг - это создание и распространение контента, который представляет ценность для вашей целевой аудитории. Создание полезного и информативного контента является отличным способом установить свою компанию как эксперта в области строительства.

7. Email-маркетинг позволяет организациям оставаться на связи с клиентами и информировать их о новых проектах, акциях и событиях. Важно уделять внимание качеству контента и персонализации сообщений. Дополнительные каналы могут быть задействованы в массовых и триггерных рассылках, при этом информация обо всей активности клиентов может храниться в одном месте.

8. Аналитика и оптимизация. Аналитика позволяет получить больше информации о продажах через сайт и о каналах продаж. После внедрения digital-стратегии важно постоянно отслеживать результаты и проводить анализ эффективности. Это позволит выявить успешные тактики и внести коррективы в стратегию для достижения лучших результатов.

Разработка digital-стратегии базируется на ее целях: общей маркетинговой, коммуникационной, медийной. Они устанавливаются в зависимости от специфики стартапа, продукта, стадии развития, особенностей целевой аудитории, применяемых инструментов интернет-маркетинга. Но конечная цель все же одна — увеличение продаж и, соответственно, доходов компании [3].

Разработка стратегии цифрового продвижения в строительной сфере - это долгосрочный процесс, который требует постоянного развития и способности адаптироваться к изменяющимся

*60-я Юбилейная Научная Конференция Аспирантов, Магистрантов и Студентов БГУИР,
Минск 2024*

рыночным условиям и технологическим изменениям. С правильно разработанной стратегией, организации в строительной отрасли могут увеличить свою конкурентоспособность и привлечь больше клиентов.

В ходе исследований удалось выяснить, что прогресс работ организаций в строительной отрасли нужно тщательно продумывать. Эффективность продвижения компании будет увеличиваться за счет грамотно подобранных инструментов digital-стратегии.

Список использованных источников:

1. Как разработать digital-стратегию. Три кейса, которые подтверждают, что этим стоит заняться прямо сейчас [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/295454-kak-razrabotat-digital-strategiyu-tri-keysa-kotorye-podtverzhdayut-cto-etim-stoit-zanyatsya-pryamo-seychas/>. – Дата доступа: 06.10.2023.

2. What is a digital strategy? - Incremental [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://incremental.com.au/blog/what-is-a-digital-strategy/>. – Дата доступа: 06.10.2023.

3. Цифровая стратегия развития – понятие и этапы разработки digital-стратегии стартапа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://admitad.pro/ru/blog/cifrovaya-strategiya-razvitiya-ponyatie-i-etapy-razrabotki-digital-strategii-startapa/>. – Дата доступа: 06.10.2023.

4. Ковалева, Е.Н., & Морозов, П.А. (2016). Цифровые технологии и конкурентоспособность предприятий в современной экономике. Книга "Инновации и развитие бизнеса", 220-235.