

*Маслова Т.Ю.,
студентка магистратуры
2 курс, факультета Управления
Российский государственный гуманитарный университет
Россия, г. Москва*

ПОНЯТИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МАРКЕТИНГЕ

***Аннотация:** В статье рассматривается подход к понятию цифровой маркетинг. На основе отчёта о состоянии цифровой среды Digital 2020 выявлена тенденция роста интернет пользователей по всему миру. Рассмотрена история становления такого термина как цифровой маркетинг и его основные области применения. Проанализированы каналы продвижения цифрового маркетинга.*

***Ключевые слова:** интернет, социальные сети, цифровая среда, digital маркетинг, области цифрового маркетинга.*

***Annotation:** The article discusses the approach to the concept of digital marketing. Based on the report on the state of the Digital 2020 digital environment, a trend has been identified for the growth of Internet users worldwide. The history of the formation of such a term as digital marketing and its main areas of application is considered. The channels of digital marketing promotion are analyzed.*

***Key words:** internet, social networks, digital environment, digital marketing, areas of digital marketing.*

В XXI веке социальные сети, мобильные устройства и цифровые технологии стали частью повседневной жизни людей по всему миру. Особенно в период карантина из-за коронавируса, каждый из нас стал больше времени проводить в интернете или перед телевизором. Поколения Y и Z больше

используют интернет, начиная от посещения дистанционного обучения и заканчивая общением в telegram с чат-ботами.

В январе социальные медиа We Are Social и Hootsuite¹ опубликовали отчёт о состоянии цифровой среды Digital 2020. По данным отчёта, на начало 2020 года более 4,5 миллиарда людей (из 7,7 млрд.) пользуются интернетом ежедневно. Что больше прошлогоднего значения на 7% (+298 миллионов новых пользователей в сравнении с данными за январь 2019 года). А аудитория социальных сетей превысила отметку в 3,8 миллиарда. Количество пользователей выросло на 9% по сравнению с 2019 годом (+321 миллион новых пользователей за год).

Более 60% мирового населения уже находится онлайн, и некоторые интернет-источники предполагают, что уже к середине года половина всех людей на планете будут пользоваться социальными сетями. Однако до сих пор в некоторых точках земного шара остаются «барьеры», которые мешают людям получить доступ к цифровой вселенной, которая каждый день меняет нашу повседневную жизнь. Например, в КНДР доступа в распространённый во всём мире интернет нет. Есть только свой специальный внутренний интернет, изолированный от всемирной паутины. При этом доступ есть не у всех. В Мьянме менее 1% населения имеет доступ к интернету. В связи со слабой компьютеризованностью и нищетой в Эфиопии интернет имеет распространённость чуть больше процента.

В отчёте также продемонстрирована статистика о количестве времени, которое люди проводят в интернете. Так, в Филиппинах это 9 часов 45 минут в день, а в Японии — 4 часов 22 минуты. А россияне по статистике находятся в интернете 7 часов 17 минут каждый день. В России количество интернет-пользователей, по данным Digital 2020, составило 118 миллионов. Это значит, что интернетом пользуются 81% россиян (рис.1).

¹ Статья, опубликованная на международном сайте «We are social» [Электронный ресурс]. URL: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> (дата обращения: 20.06.2020).

При этом численность аудитории социальных сетей в России на начало 2020 года составила 70 миллионов пользователей, то есть 48% от всего населения страны. Поэтому постоянно растёт значимость цифровых маркетинговых технологий.



Рисунок 1. Статистика использования мобильного телефона, интернета и соц. сетей на территории РФ

В научной литературе и интернет-источниках можно встретить разные понятия: «цифровой маркетинг», «онлайн-маркетинг», «интернет-маркетинг». Все они произошли от одного английского словосочетания «digital marketing». В русском языке нет точного перевода слова «digital», самое близкое значение имеет слово «цифровой».

Только в 1990-х годах ввели такое понятие как «цифровой маркетинг». До 90-х годов термин «цифровой маркетинг» нигде не упоминается, однако уходит своими корнями в середину 80-х годов, когда компания SoftAd Group (сейчас ChannelNet), разработала рекламную компанию для нескольких автопроизводителей. Их идея состояла в том, что покупатель в ответ на письмо с вкладышем из журнала мог получить дискету с мультимедийным контентом по продвижению различных марок машин и предложениями бесплатных пробных поездок. Основные области «цифрового маркетинга» включают:

- рекламу в интернете (медийная, контекстная, реклама в социальных медиа и т. д.);
- продвижение в поисковиках (SEO);

- связи с общественностью (новости, веб-каналы, рейтинги, пресс-релизы, публикации, вебинары и т. д.);
- конкурсы и события в интернете, спонсорство и благотворительность;
- стимулирование сбыта (программа лояльности и т. п.);
- email-маркетинг, вирусный маркетинг, директ-маркетинг.

Ключевой фактор данного вида маркетинга – это максимально плотная работа с аудиторией, которая в настоящее время задаёт тенденции «цифровому маркетингу». Сфера является весьма динамичной, новые тенденции также быстро появляются, как и теряют свою актуальность, поэтому для эффективного контакта с аудиторией брендам приходится всё время подстраиваться под изменения предпочтений публики.

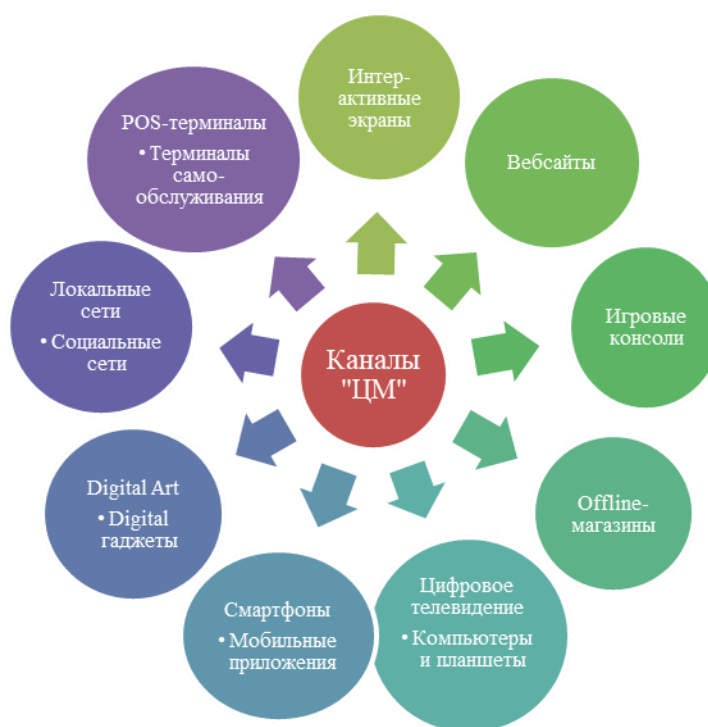


Рисунок 2. Каналы продвижения цифрового маркетинга

Однако наряду с этой сложностью «цифровой маркетинг» обладает рядом уникальных преимуществ. Главное из них, это комплексная работа с аудиторией, которая может быть направлена одновременно на формирование имиджа, продажи, поддержку пользователей, сбор обратной связи от них и многое другое. При этом инструменты «цифрового маркетинга» являются доступными даже для малого бизнеса, чего нельзя сказать, к примеру, о традиционной ТВ-рекламе.

Проанализировав преимущества «цифрового маркетинга», можно сделать вывод о роли маркетинга в деятельности организации. Для этого необходимо ответить на вопрос: какие задачи помогает решить «цифровой маркетинг»? Основная цель «цифрового маркетинга», как и любого другого вида маркетинга, — это продвижение товаров и услуг. Однако именно «цифровой маркетинг» позволяет выполнить оперативную обработку заказа, осуществлять онлайн-поддержку клиентов. После проведения продаж веб-маркетинг дает возможность быстрого и качественного анализа результатов, который в дальнейшем позволяет произвести наиболее необходимые изменения в стратегию организации и повысить продажи. Таким образом, можно сделать вывод, что роль «цифрового маркетинга» в современных организациях крайне высока. Это совершенно новый подход к продажам, к пониманию покупателя, к вкладу фирмы, основанный на современных прорывах в технологиях. Всё это позволяет не только компаниям становиться успешнее, но и делает счастливее покупателей, которые узнают о самых качественных товарах и услугах в наиболее удобном формате.

Использованные источники:

1. Годин В.В., Терехова А.Е. Цифровая реклама как инструмент продвижения товара или услуги. Опыт реализации проектов // E-Management. 2019. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-reklama-kak-instrument-prodvizheniya-tovara-ili-uslugi-opyt-realizatsii-proektov> (дата обращения: 08.04.2020).
2. Машина, Н.А. Возникновение, черты и роль digital-маркетинга в деятельности предприятия / Н.А. Машина. — Текст: непосредственный, электронный // Молодой ученый. — 2019. — № 29 (267). — С. 68-71. — URL: <https://moluch.ru/archive/267/61686/> (дата обращения: 09.04.2020).
3. Татаринев Константин Анатольевич Современные аспекты маркетинговых коммуникаций в цифровом обществе // АНИ: экономика и управление. 2019. №1 (26). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-aspekty-marketingovyh-kommunikatsiy-v-tsifrovom-obschestve> (дата обращения: 08.04.2020).

4. Системный взгляд на клиентоориентированность [Текст]/ Русанова. А.А. // Материалы II Всероссийской научно-практической конференции «Современные тенденции развития теории и практики управления отечественными предприятиями». — Ставрополь, 2018.
5. Статья, опубликованная на международном сайте «We are social» [Электронный ресурс]. URL: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media> (дата обращения: 20.06.2020).