

УДК 339.1

## ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОДВИЖЕНИИ ТОВАРОВ И УСЛУГ

Коваленко Е.А.

Студент 1 курса очной формы обучения,

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

ЧОУ ВО ЮУ (ИУБиП), e-mail: [kovkate2002@gmail.com](mailto:kovkate2002@gmail.com)

Научный руководитель: к.ю.н., доцент Махотенко М.А.

**Аннотация:** В статье проанализированы основные современные тенденции в области развития цифровых технологий, направленных на продвижение товаров и услуг. Определены наиболее значимые цифровые технологии, обеспечивающие продвижение товаров и услуг на глобальных рынках и соответствующие маркетинговые инструменты. Рассмотрены эффекты от их внедрения.

**Ключевые слова:** Цифровые технологии, цифровая экономика, Digital-инструменты, маркетинг, товар, услуги, рынок, продвижение.

## APPLICATION OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE PROMOTION OF GOODS AND SERVICES

Kovalenko E.A.

**Abstract:** The article analyzes the main modern trends in the development of digital technologies aimed at promoting goods and services. The most significant digital technologies that ensure the promotion of goods and services in global markets and the corresponding marketing tools have been identified. The effects of their application are considered.

**Keywords:** Digital technologies, digital economy, digital tools, marketing, goods, services, market, promotion.

2020 год показал необходимость применения цифровых технологий во всех сферах. Переход многих предприятий на дистанционное средство взаимодействия сделал необходимым использование различных цифровых средств для работы и также повседневной жизни.

Сегодня понятие цифровых технологий разными источниками упоминаются по-разному:

1. Для кого-то цифровые технологии – это электронные инструменты, системы, устройства и ресурсы, которые генерируют, хранят или обрабатывают данные.

2. В другом варианте это понятие раскрывается, как совокупность технологий и средств, с помощью которых крупные корпорации, маленькие фирмы или даже физические лица могут достигать какие-то цели.

Хорошо известными примерами цифровых технологий являются социальные сети, онлайн-игры, мультимедиа и мобильные телефоны.

Сегодня потребитель стал более требователен, он все тщательнее и критичнее выбирает подходящий и более «близкий» ему товар. Потребителю мало получить лишь качественный продукт, он хочет получать эмоции: яркие впечатления, и приятные ощущения. Поэтому сейчас так важно развить систему продажи товаров и услуг. Любые мелочи могут быть причиной отказа клиента от приобретения товара. Многих пользователей разный дизайн сайта и платежной страницы, или искаженное, нечитаемое отображение останавливает от совершения платежа[3, С. 330]. Только постоянное совершенствование процесса подачи своего товара на рынке, поможет стать лучше, как разработке технологий, так и экономической сфере.

Технологии не стоят на месте и стабильно становятся все лучше. Динамика роста числа людей, пользующихся Интернетом, и спектр возможностей использования онлайн-инструментов означают, что имидж интернет-пространства постоянно меняется[1, С. 370]. Не секрет, что технологии современности во многом повлияли на то, как предприятия и компании продвигают себя и свои товары, услуги для аудитории. К технологиям продвижения продукции, относят систему методов и инструментов продвижения, позволяющих оповестить большое количество возможных покупателей или привлечь внимание целевой аудитории к продукции или напрямую к производителю.

Реклама с использованием средств цифровизации применяется почти в любой области бизнеса в наше время. Больше она пользуется актуальностью в интернет-магазинах, в сфере оказании услуг, в виртуальном обучении. Применяют подобный рекламный подход также продвижения стартапов и брендов.

Использование следующих основных инструментов может быть эффективным толчком для малого бизнеса или стартапов:

- **Email-маркетинг** (почтовые рассылки, которые также могут являться частью контент-маркетинга);
- **Аудио и видео-реклама** (реклама в подкастах, онлайн-радио и др.)
- **Landing-страница** (или целый веб-сайт), которая описывает продукт и его плюсы, - это лицо компании, а также инструмент привлечения пользователей (лидов).
- **SEO** - является долговременным инструментом, требует взаимодействия как с технической составляющей (оформление архитектуры сайта, работа с HTML и ссылками), так и с особой программой, которая как продвигает вверх рейтинг в поисковой выдаче, и по итогу увеличивает число посетителей сайтов.
- **Таргетные объявления**, как правило, используются в социальных сетях. Можно сказать, что это некая ссылка, переводящая пользователя на сайт рекламодателя. Очень действенна вирусная реклама: пользователи самостоятельно распространяют понравившиеся им ролики или рекламные ссылки, отсылая их своим друзьям или размещая на своей страничке в социальной сети.
- **QRкоды**. Вы также можете размещать интересные объявления и предложения в общественных местах: на специальных установках на крышах, электронных дисплеях, панелях, рекламных щитах, баннерах, мониторах и т. п. Ссылка на сайт может отображаться в тексте самой рекламы, либо представляться в виде QRкода.
- **Чат-боты**. Даже технологии, которые все еще находятся на ранних стадиях развития, такие как искусственный интеллект (ИИ), пробившись в рекламные акции и другие маркетинговые усилия, исходящие от крупных брендов и хорошо развитых компаний. Например, многие компании разработали чат-боты на базе искусственного интеллекта, которые будут взаимодействовать с потребителями в цифровом мире[2].

- **Реклама в мобильных приложениях и на популярных цифровых площадках.** Такие социальные сети, как TikTok и Instagram сейчас пользуются большой популярностью. Создавая контент на этих площадках, можно вывести свой бизнес на новый уровень. Использование трендовых видео в рекламе или показ работы компании изнутри в своем аккаунте поможет привлечь новых клиентов и найти целевую аудиторию.

Рассмотрение основных цифровых технологий и инструментов продвижения продукции позволяет обозначить их особенности, к основным из которых можно отнести следующие:

- цифровые технологии продвижения являются более естественными для пользователей, они менее навязчивые и не вызывают такого отторжения, как стандартные средства. Они абсолютно по-другому влияют на подсознание людей, не раздражая их;
- цифровые технологии продвижения продукции предоставляют возможность постоянной двухсторонней связи и диалога с потребителями;
- применение цифровых технологий продвижения продукции позволяет произвести оценку и анализ результатов продвижения.

В итоге, хочется отметить, что использование цифровых способов продвижения совсем не означает полный отказ от традиционных маркетинговых технологий. Скорее наоборот, цифровые технологии могут удачно дополнить все привычные средства продвижения. Дополняя друг друга, все технологии со временем будут становиться только лучше, при этом оставаясь доступными всем для применения. Только такое их совместное и взаимодополняющее использование будет способствовать повышению эффективности деятельности по продвижению продукции, как на российском, так и на зарубежном рынке.

#### Библиографический список

1. Померанцева П., Яценко С.Д. Технология больших данных как основа формирования цифровой экономики // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2020. – №2. – С. 365-372. – URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_43033255\\_81662118.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_43033255_81662118.pdf) (дата обращения: 02.02.2021).

2. Эмма Миллер. Как технологии меняют рекламный ландшафт. – URL: <https://innovationmanagement.se/2019/06/20/how-technology-is-changing-the-promotional-landscape/> (дата обращения: 28.01.2021).

3. Григорьева Н.С., Александрова К.С. Цифровые технологии, как средство восстановления предприятий туристической индустрии после кризиса 2020 года // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2020. – Т.2, №2. – С. 326-331. – URL: [https://www.elibrary.ru/download/elibrary\\_43033248\\_67573525.pdf](https://www.elibrary.ru/download/elibrary_43033248_67573525.pdf) (дата обращения: 02.02.2021).