

## Инструменты digital-маркетинга в цифровой экономике

Головко О.В.<sup>1</sup>, Куликова Е.С.<sup>2,\*</sup>

<sup>1</sup> *Институт международных связей, г. Екатеринбург, Россия*

<sup>2</sup> *Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург, Россия*

*\*Автор-корреспондент: e.s.kulikova@mail.ru*

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровой маркетинг, digital-маркетинг, каналы и инструменты digital-маркетинга.

Аннотация: В статье рассмотрены особенности digital-маркетинга, раскрыты вопросы взаимодействия современного потребителя и продавца в цифровой среде. Особое место в статье занимает обзор наиболее эффективных популярных каналов и инструментов цифрового маркетинга.

## Digital marketing tools in the digital economy

Golovko O.V.<sup>1</sup>, Kulikova E.S.<sup>2,\*</sup>

<sup>1</sup> *Institute of International Relations, Yekaterinburg, Russia*

<sup>2</sup> *Ural State University of Economics, Yekaterinburg, Russia*

*\*Corresponding author: e.s.kulikova@mail.ru*

Keywords: digital economy, digital marketing, digital marketing, digital marketing channels and tools.

Abstract: The article discusses the features of digital marketing, discloses the issues of interaction between the modern consumer and the seller in the digital environment. A special place in the article is occupied by an overview of the most effective popular channels and digital marketing tools.

В настоящее время цифровая экономика развивается стремительными темпами. Обусловлено это тем, что научно-технический прогресс не стоит на месте: всего несколько десятков лет назад не каждая семья имела в доме телевизор, а сейчас утро большинства людей начинается одинаково, с просмотров социальных сетей, мессенджеров, новостных дайджестов, покупки продуктов и

заказа услуг через Интернет. Указанный факт подтверждается данными ВЦИОМ: ежедневно пользуются Интернетом 72% россиян.

Что касается мировой статистики, то, согласно данным, опубликованным международной SMM-платформой, крупнейшим SMM агентством We Are Social и Hootsuite , в январе 2021 года официально зарегистрировано 4,66 миллиарда человек, пользующихся Интернетом, что на 7,3% больше чем в аналогичном периоде 2020 года. 59,5 % составляет глобальное проникновение интернета. Социальные сети насчитывают 4,20 миллиарда пользователей. Прирост за 12 месяцев составляет почти 13% или 490 миллионов человек. В среднем в секунду в сети регистрируется 15,5 человек.[1].

Тема совершенствования и изменения цифровой экономики на сегодняшний день является одной из актуальнейших тем для мировой экономики в целом, ввиду того, что любая страна на любом этапе своего развития ищет новые точки роста, условия для улучшения и качества жизни граждан, открывает новые возможности.

Что представляет собой цифровая экономика? В экономической литературе описано множество определений термина, кроме этого дефиниции претерпевали значительные изменения с ходом времени.

Однако до сих пор остается самым популярным следующее определение: цифровая экономика – это единство социальной и экономической деятельности, доступное через Интернет, сенсорные и мобильные сети [2, с.9].

Digital-маркетинг (диджитал маркетинг, цифровой маркетинг, онлайн маркетинг) – этот термин обобщает таргетированный и интерактивный маркетинг, нацеленный на продвижение товаров и услуг через применение цифровых медиа ресурсов. Digital-маркетинг решает задачу максимального присутствия бизнеса в глобальной сети.

Цифровой маркетинг, непрерывно развиваясь и расширяя сферы своего применения, призван обеспечить полное взаимодействие с современным потребителем посредством цифровых информационных технологий, используя доступные инновационные формы и способы привлечения и удержания внимания клиента на продукте или услуге.

Новейшие инструменты digital-маркетинга обеспечивают принципиально новые способы продвижения товаров и услуг в Интернете, создают предпосылки к наращиванию скорости привлечения потенциальных клиентов.

Использование современных инструментов и каналов digital-маркетинга в бизнесе видится чрезвычайно важным и эффективным: сегодняшний потребитель отдает предпочтение тем брендам, которые первыми освоят тот или иной цифровой канал.

Основным отличительным признаком digital-маркетинга выступает возможность использования офф-лайн инструментов наряду с цифровыми медиа, а также факт того, что потребитель активно вовлечен в процесс, а не является пассивным зрителем.

В широком понимании инструменты цифрового маркетинга – это все доступные сегодня средства и мероприятия, направленные на привлечение к услуге или продукту внимания потенциальных клиентов.

Digital-маркетинг активно используют цифровые медиа – ПО, цифровые изображения, видео, звук, видеоигры. К цифровым медиа можно также отнести все устройства, способные выходить в Интернет, digital гаджеты, сайты, блоги, социальные сети, локальные сети.

Ведущими сегодня являются такие инструменты digital-маркетинга как [3, с.31]:

1. различные виды реклам – таргетированная, контекстная, банерная, нативная, вирусная, дисплейная. Реклама в цифровом маркетинге привлекает внимание целевой аудитории, в зависимости от вида рекламы используются разнообразные методы ее внедрения: показ рекламных объявлений, соответственно поисковым запросам, размещение макетов на партнерских сайтах и др.

2. ретаргетинг отлично работает с пользователями, которые ранее проявляли интерес к продукту, компании. Ретаргетинг выполняет функцию напоминания о бренде, повторного привлечения аудитории.

3. Social Media Marketing. SMM направлен на привлечение трафика из социальных сетей.

4. мобильный маркетинг выполняет функцию продвижения посредством сотовой связи. Рассылка рекламных объявлений производится на мобильные устройства пользователей;

5. партнерский маркетинг – продвижение через партнеров по взаимной выгоде. Иными словами посредник получает непосредственную выгоду, вознаграждение за привлечённого покупателя.

6. SEO продвижение закрывает вопрос привлечения трафика с поисковой выдачи.

7. E-mail маркетинг. Удерживает ранее привлечённых клиентов. На сегодняшний день этот инструмент признан наиболее эффективным.

8. QR-коды – один из востребованных сегодня инструментов. Помимо привлечения аудитории выполняет аналитическую функцию: помогает анализировать отклики. Используя этот инструмент, необходимо понимать, что QR-код должен быть размещен в наиболее удачном месте, которое соответствует целевой аудитории.

Зачастую перечисленные инструменты в продвижении бизнеса целесообразно использовать комплексно – именно в этом случае они будут способствовать привлечению и удержанию потенциальных клиентов.

Чем правильнее подобран способ продвижения, тем успешнее будут его результаты.

Таким образом, подводя итог, можно сделать следующие выводы.

Стремительно развивающийся научно технический прогресс, развитие цифровых технологий и огромная конкуренция в рыночной среде способствуют актуализации применения всех доступных каналов и инструментов digital-маркетинга. Однако не существует стандартного набора, который отвечал бы требованиям безопасной эффективности и подходил бы любой нише. Набор digital-инструментов в полной мере зависит от специфики товара или услуги.

*Список литературы:*

1. Digital 2021: Global Internet Use Accelerates // We are social URL: <https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital>
2. Авдокушин Е. Ф. Мобильно-цифровые технологии как фактор формирования новой экономики // Вопросы новой экономики. — 2016. — № 2(38). — С. 4–14.
3. Шевченко Д.А. Цифровой маркетинг: обзор каналов и инструментов // Практический маркетинг. — 2019. — №10 (272). — С. 29–37