

клиентами делают маркетинговое продвижение ценной стратегией для предприятий, стремящихся достичь маркетингового успеха и стимулировать рост бизнеса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Продвижение. Узнайте больше о видах и способах продвижения бренда. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sendpulse.by/support/glossary/promotion> – Дата доступа: 03.02.2024.

УДК 339.138 : 005.966.5

В.А. Усевич, ст. преп.; Д.М. Павловская, студ. (БГТУ, г. Минск)

ИНСТРУМЕНТЫ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА

На начальном этапе формирования маркетинг был инструментом, решающим вопрос продвижения продукта массового производства на рынок. Обезличенный продукт был предназначен для всего рынка, независимо от потребительских предпочтений отдельных сегментов. Усиление конкуренции приводит к пониманию повышения роли маркетинга и формирования новых маркетинговых решений, развитию инструментального маркетинга; формируются стратегические и оперативные направления в маркетинге. В дальнейшем приходит осознание конкурентных преимуществ, которые предоставляют грамотные маркетинговые решения. В 90-е годы перенасыщение рынка привело к развитию технологий персонализации и осознанию важности пользовательского опыта и его использования для продвижения продукта и увеличения продаж.

Кардинальные изменения произошли в рекламных технологиях. Рынок традиционной рекламы перенасыщен, потребитель неочевидно откликается на рекламный посыл, идущий из ТВ эфира, уличной рекламы. Несмотря на сохраняющуюся высокую стоимость, эффективность такого инструмента продолжает снижаться.

Формирующиеся тренды виртуальной рекламы постоянно дополняются новыми подходами и инструментами. По свидетельству экспертов, существующие инструменты SEO (Search engine optimization) и SMM (Social media marketing) уже не приносят того результата, который давали несколько лет назад. Маркетологам, для того чтобы получать результат от работы в сети, необходимо постоянно дополнять портфель маркетинговых инструментов и использовать их в разной комбинации с целью поиска наиболее эффективных сочетаний.

Основным полем деятельности современного маркетинга является Интернет, чью силу и мощь нельзя недооценивать. В последние

годы большая доля современного сетевого маркетинга приходится на социальные сети, такие как Вконтакте, Twitter, Facebook, Instagram, Telegram, Одноклассники, и прочие социальные сети прочно вошли в нашу повседневную жизнь [1].

На сегодняшний день инструментами современного маркетинга, которые помогают компаниям укреплять свои позиции на рынке, привлекать целевую аудиторию и увеличивать продажи являются:

1. Искусственный интеллект (ИИ) и машинное обучение (МО) – революция в персонализации и аналитике. Эти технологии не только повышают эффективность маркетинговых кампаний, но и открывают совершенно новые горизонты для персонализации и аналитики. Для использования ИИ и МО в маркетинге, можно выделить несколько ключевых тенденций:

- глубокая персонализация;
- предсказательный анализ;
- улучшенная аналитика клиентского опыта;
- интеграция с другими технологиями ИИ.

2. Голосовой поиск и SEO – адаптация к изменяющимся требованиям поисковых систем. С увеличением использования голосовых ассистентов и устройств с функцией голосового управления, бизнесу необходимо адаптироваться к новым реалиям поискового маркетинга. Основными моментами такой трансформации являются:

- оптимизация под голосовые запросы;
- локальный SEO;
- улучшение пользовательского опыта;
- интеграция с умными устройствами;
- контент, ориентированный на голосовой поиск.

3. Видеомаркетинг – визуальный контент для привлечения внимания аудитории и взаимодействия с ней. Изменение ландшафта маркетинговых коммуникаций путем:

- удержания внимания с помощью коротких видео;
- повышения вовлеченности через интерактивный контент;
- лайв-стриминга, как инструмента взаимодействия;
- визуального стратегического повествования.

4. Устойчивость и социальная ответственность – новая эра брендового взаимодействия. Социальная осведомленность и экологическая ответственность становятся не просто желательными аспектами, но и критически важными факторами в решениях потребителей. Среди которых, можно выделить следующие:

- прозрачность и подлинность;
- интеграция устойчивости в бренд;
- социальная ответственность;
- сотрудничество с экологическими и социальными проектами;

– ответственный подход к продукции и упаковке.

5. Мобильный маркетинг – неизбежность в эпоху смартфонов. В мире, где смартфоны стали неотъемлемой частью повседневной жизни, мобильный маркетинг превращается в необходимость для любого бизнеса, стремящегося оставаться актуальным и конкурентоспособным. Мобильный маркетинг работает посредством использования следующих технологий:

- мобильные приложения;
- гео-маркетинг;
- SMS-рассылки;
- Push-уведомления;
- маркетинг в социальных сетях;
- мобильный поиск;
- QR-коды;
- голосовой маркетинг.

6. Данные и аналитика – основа современного маркетинга. В мире, где каждое взаимодействие оставляет цифровой след, способность анализировать и использовать эти данные становится ключевым фактором успеха брендов. Исходя из этого, можно выделить следующие этапы:

- сбор и анализ больших данных для понимания аудитории;
- прогнозирующий анализ для антиципации трендов;
- персонализация и сегментация;
- оптимизация клиентского пути;
- решения на основе данных [3].

Таким образом, важно осознавать, что эволюционный процесс в современном маркетинге не закончился и его успех требует не только следования трендам, но и готовности к непрерывному обучению, адаптации и инновациям.

Эффективное использование новых технологий и подходов, позволит компаниям повысить не только свою конкурентоспособность, но и создать более глубокие и продолжительные отношения с клиентами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Концепция современного маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://1btl.ru/sovremennyj-marketing.html>. – Дата доступа: 02.02.2024.

2. Тренды маркетинга 2024: Чего ждать бизнесу и какой инструмент будет самым эффективным в следующем году? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/962276-trendy-marketinga-2024-chego-zhdat-biznesu-i-kakoy-instrument-budet-samym-effektivnym-v-sleduyushchem-godu?ysclid=ls0m3g998k952244726>. – Дата доступа: 03.02.2024.