

Вопросы развития цифрового маркетинга и интегрированных маркетинговых информационных систем в мире и в России на современном этапе

*Стефанова Н.А., к.э.н., доцент, заместитель заведующего кафедрой
«Цифровая экономика»*

*Гостев Д.В., студент кафедры
«Цифровая экономика»*

*ФГБОУ ВПО «Поволжский государственный университет
телекоммуникаций и информатики»*

e-mail: danil.1121@mail.ru

Россия, г.о. Самара

Современный мир стремительно развивается. Все больше места в жизни человека занимают информационные технологии: Интернет, социальные сети, интернет-банкинг. В связи с этим перестраиваются многие сферы жизни. Продажа и реклама товара уже не могут быть успешными без различного рода участия в Интернете и социальных сетях. Современный маркетинг также меняется, переходя в новые формы и осваивая глобальное информационное пространство.

Глобализация мира способствует развитию бизнеса, работающего сейчас на весь земной шар, а не на отдельные регионы. Это актуально не только для других стран, но и для России. Бурное развитие русскоязычного Интернета раскрывает новые возможности рекламы и продаж товаров. Теперь для того чтобы успешно продавать, можно пользоваться не только обычным магазином, но и такими формами, как интернет-магазин и странички продаж в социальных сетях. Товар можно присылать покупателю по почте, если он территориально находится далеко от точки продаж. Причем интернет-продажи могут быть даже более успешными, чем обычные через торговые сети. В связи с этим маркетинг, используемый в Интернете, мобильных устройствах, на радио и телевидении превратился в отдельное направление, которое называется цифровой, или диджитал (Digital) маркетинг.

Цифровой маркетинг определяет работу фирм в этой сфере. Для Интернета и других цифровых технологий фирмы разрабатывают новые программы, ставят цели сбыта продукции с ориентацией на новый рынок, находят в электронных сетях контакты с клиентами и партнерами. Постоянное совершенствование электронных устройств подталкивает развитие цифрового маркетинга, который должен соответствовать времени и успевать за изменениями цифровой сферы.

Цифровой маркетинг разделился на несколько направлений, каждое из которых обусловлено использованием определенных технологий и отличается своими особенностями.

Интернет-маркетинг направлен на то, чтобы даже в печатной продукции распространять ссылки на интернет-ресурсы. Он направлен на поиск целевых аудиторий через дисплеи на улицах, приложения в компьютерах и смартфонах, QR-коды в рекламе журналов, sms и mms рекламные сообщения. Таким образом, появилось целое направление маркетинга, которое заставляет заинтересованных лиц переходить на интернет-ресурсы.

Вторым важным направлением цифрового маркетинга является взаимодействие с социальными сетями и медиа. Сейчас в разных социальных сетях присутствует практически каждый человек. Именно поэтому в социальных проектах маркетинг также приобрел свои особенности. Он включает разные методы работы: подбор поклонников бренда, работа в блогах, SMM-продвижение продукции, создание и повышение репутации. Все эти действия направлены на представление позитивных качеств продукта, создание его имиджа, продвижение товара, повышение спроса на него.

Частью цифрового маркетинга стали информационные системы МИС. Они обладают инструментами аналитики, которые обеспечивают автоматизацию большей части маркетинговых мероприятий. Они позволяют контролировать и координировать маркетинговую деятельность. В них применяют современные методы сбора и анализа информации. Такие МИС создаются, как часть информационной системы корпорации (КИС).

Возможности МИС расширяются с развитием информационных технологий. Сами системы постоянно меняются под влиянием рынка, изменения социума, совершенствования технологий. Больше всего внимания в них уделяется сбору и обработке данных на основе самых современных информационных технологий. В них развивают применение ресурсов и сервисов Интернета при помощи современного подхода к регулированию знаний. Также расширяют их взаимодействие с корпоративными и внешними информационными системами. В последнее время в МИС широко применяют создание маркетинговых систем знаний.

Цифровой маркетинг направлен на несколько наиболее важных сфер деятельности в продаже товаров и услуг:

- обычные услуги – дизайн, реклама, создание сайтов;
- создание стратегии развития для корпорации в цифровом пространстве, поиск возможностей и продвижение продукции;
- продвижение в социальных проектах – на форумах, в блогах, в социальных сетях, на торговых площадках;
- реализация мероприятий (концепция, исполнения и анализ результатов) и продвижение их в разной среде – в интернете и вне его;
- дополнительные мероприятия: QR-коды, сервисы геолокации, виртуальная реальность, Wow звонки и прочие.

Цифровой маркетинг активно развивается в мире параллельно с развитием Интернета и цифровых технологий. В России его развитие значительно отстает. Это связано со многими факторами:

- общий более низкий уровень экономики;
- отсутствие денег у населения;
- слабая рыночная конкуренция;
- неразвитость информационных исследований рынка;
- неразвитость дистрибуции;
- слаборазвитые контакты отдельных компаний;
- отсутствие специалистов и контактов между ними в сфере маркетинга.

Все эти факторы вместе не способствуют развитию цифрового маркетинга в России. Цифровой маркетинг не выполняет свои аналитические функции, в результате чего не готов к меняющимся условиям рыночной экономики.

Наиболее сильными в этой сфере на данный момент являются зарубежные компании, интегрированные в российский рынок. Они обладают необходимыми инструментами, которые позволяют отвечать на изменения рынка. Больше всего развивают информационный маркетинг корпорации в сферах телекоммуникаций, торговли, финансов и топливно-энергетической области.

Улучшение в России ситуации с цифровым маркетингом возможно только после преодоления трудностей в этой сфере. Также этому может способствовать интеграция в другие рынки. Цифровой маркетинг в русскоязычном Интернете может работать не только для российских граждан, но для всех русскоязычных жителей земного шара. Поэтому он, несмотря на свою неразвитость, имеет большие перспективы.

Контактный телефон: 8 (937) 657-67-16