

УДК 004

DOI: 10.34670/AR.2020.48.88.064

Современные аспекты маркетинговой политики

Элиханов Висхан Гарманович

Студент,

Чеченский государственный университет,
364049, Российская Федерация, Грозный, ул. Кирова, 47;
e-mail: viskhan11@gmail.com

Халиев Магомед Саид-Усманович

Старший преподаватель,

кафедра бизнес-информатики,
Чеченский государственный университет,
364049, Российская Федерация, Грозный, ул. Кирова, 47;
e-mail: khaliev@mail.ru

Аннотация

В статье рассматриваются новые тенденции, существующие в области маркетинговой политики компаний в настоящее время. Анализируется, что изменилось в рекламной и маркетинг-сфере за последние годы, какие инструменты предпочтительнее задействовать в продвижении и на что обращать особенное внимание. Говорится о важности качественного и интересного контента в любой маркетинговой стратегии. Автор отмечает, что социальные сети неразрывно связаны с повседневной жизнью человека, и компании пытаются установить контакты с потенциальными покупателями, рассматривая это как шанс для своего развития. Каждый год в социальных сетях происходит множество изменений. Это эволюция, цель которой – помочь бизнесу выделиться среди огромного количества конкурентов. Делается вывод о том, что, независимо от того, какие тенденции появляются или исчезают, качественный и интересный контент – главное, чему нужно уделить особое внимание. Это будет самым важным элементом стратегии маркетинга в социальных сетях.

Для цитирования в научных исследованиях

Элиханов В.Г., Халиев М.С.-У. Современные аспекты маркетинговой политики // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2020. Том 10. № 9А. С. 556-560. DOI: 10.34670/AR.2020.48.88.064

Ключевые слова

Маркетинг, Интернет, продвижение, социальные сети, медиа, реклама, блогер.

Введение

Современные технологии ворвались в нашу жизнь так стремительно, что уже почти полностью охватили все ее аспекты. Поход в магазин, получение образования и даже поиск второй половинки уже привычно совершать в режиме онлайн, что, в свою очередь, оказывает влияние на маркетинговую политику и заставляет маркетологов оптимизировать деятельность и направить свое внимание в сеть Интернет.

Социальные сети, поисковые страницы и сайты любого содержания пестрят предложениями об оказании услуг и продаже различных товаров, что, несомненно, привлекает внимание большей части интернет-аудитории и обеспечивает производителям приток новых клиентов и прибыли.

Но виртуальная жизнь не стоит на месте, и разместить рекламный стенд на просторах Интернета уже не является эффективным способом привлечения потребителей, что мотивирует маркетологов на поиск новых способов реализации своей продукции.

Внимание производителей привлекли популярные социальные сети, которые не только дают возможность в деталях представить свою продукцию, но и воспользоваться авторитетом популярных блогеров, мнение которых является авторитетным в кругу их подписчиков [Магомедов, Ханмурзаев, 2019].

Основная часть

Привлечения блогеров в рекламную деятельность позволяет решить сразу несколько практических задач. Например, у производителей имеется возможность представить свой товар именно той аудитории, которая является непосредственным потребителем их продукции. Так как деятельность блогеров направлена в основном на определенную категорию пользователей социальных сетей: авто-блогеры, тревел-блогеры, блогеры-мамы, бьюти-блогеры, то у заказчика появляется возможность выбрать подходящее под их продукт направление и быть уверенным в том, что реклама дойдет до конечного потребителя.

Еще одним неоспоримым преимуществом рекламы в социальных сетях является наглядность и полноценная презентация рекламируемого продукта. Заказчик может выбрать необходимый формат рекламы: пост с текстом, видеоролик, отметка в Stories, а также презентация товара в прямом эфире.

Маркетологов привлекает не только популярность данного метода, но и его доступность. Заказать рекламу у блогеров можно по принципу бартера по очень простой схеме: вы ему товар, а он взамен рекламу. Такой способ приятен и выгоден не только для производителя, но и для самого распространителя рекламы [Как внедрить современный маркетинг в бизнес?, www]. Таким образом, не вкладывая живые активы в форме денег, можно получить живую рекламу и увеличить рыночную активность.

Социальные сети неразрывно связаны с повседневной жизнью человека, и компании пытаются установить контакты с потенциальными покупателями, рассматривая это как шанс для своего развития [Менциев, Дубаева, 2019]. Каждый год в социальных сетях происходит множество изменений. Это эволюция, цель которой – помочь бизнесу выделиться среди огромного количества конкурентов.

Рассмотрим некоторые из тенденций, присутствующих в социальных сетях, которые необходимо учесть при планировании маркетингового плана компании, чтобы привлечь новых

клиентов и поддерживать хорошие отношения с уже существующими. Около 35% потребителей сами хотят, чтобы бренды присутствовали в социальных сетях.

1. Короткие видео в Инстаграм. Компании продолжают использовать эту функцию для различных целей. Создание опросов, учебные пособия, анкеты, выставление товаров на продажу и многое другое. Качественное рекламное видео приятно и удобно для восприятия человеком.

2. Персонализация в социальных сетях. Клиенты любят, когда контент, связанный с их выбором, находится в социальных сетях. Персонализированные объявления уже развиваются, но в ближайшее время их станет еще больше. Почтовые ящики будут загружены продуктами и услугами, которые нацелены на конкретного клиента [Современный маркетинг, www]. Реклама будет связана именно с тем, что потенциальному покупателю необходимо. Это отличная функция, которая призвана помочь найти продукт с нужной аудиторией.

3. Социальные сети захватывают магазины электронной коммерции, предлагая варианты покупки для людей. Будь то Facebook, MarketPlace или инстаграм-магазин, покупки в социальных сетях будут набирать обороты в ближайшие пару лет. Очень удобно совершать покупки, не выходя из любимой социальной сети.

4. Подкасты набирают популярность. Люди все больше и больше интересуются этой относительно новой формой размещения информации. И в ближайший год ожидается, что подкаст-платформы станут отличным местом для размещения рекламы и продвижения бренда.

5. Люди больше полагаются на социальные сети, чем на информацию из телевидения, радио или прессы (рисунок 1). Более 60% всех современных интернет-пользователей получают самую свежую информацию из аккаунтов в таких сетях, как Facebook, Twitter и YouTube. Это означает, что со временем социальные сети станут более надежными. Это может быть отличной возможностью для маркетологов для продвижения своей продукции.

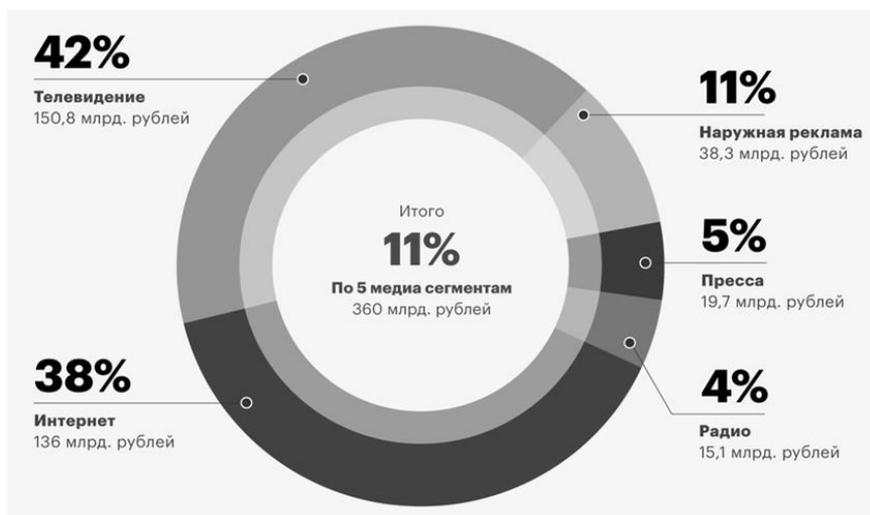


Рисунок 1 - Объем и разбивка рынка рекламы в России (2016 год)¹

6. Социальные медиа как поисковые системы. Оптимизация информации необходима, при планировании следует занять хорошую позицию в социальной сети. Использование правильных

¹ По данным портала tadviser.ru.

хэштегов, добавление ссылок в профиль и оптимизированные заголовки страниц позволят использовать все преимущества таких поисковых систем.

Заключение

Таким образом, сегодня все большее внимание производителей привлекают популярные социальные сети, которые не только дают возможность в деталях представить свою продукцию, но и воспользоваться авторитетом популярных блогеров.

Независимо от того, какие тенденции появляются или исчезают, качественный и интересный контент сейчас главное, чему нужно уделить особое внимание. Это будет самым важным элементом стратегии маркетинга в социальных сетях. Будут ли это посты, фильмы или Stories, контент компании должен быть на самом высоком уровне для привлечения клиентов.

Библиография

1. Бове К.Л., Аренс В.Ф. Современная реклама. М.: Издательский дом Довгань, 2001. 784 с.
2. Большаков С.В. Основы управления финансами. М., 2000. 368 с.
3. Варнавский В.Г. Цифровые технологии и рост мировой экономики // Друкеровский вестник. 2015. № 3 (7). С. 73-80.
4. Дагаев А.А. Экономика знаний в информационном обществе // Информационное общество. 2008. № 5-6. С. 40-42.
5. Дружинин А.М. Стратегия обмена знаниями в цифровой экономике // Век качества. 2015. № 4. С. 125-138.
6. Как внедрить современный маркетинг в бизнес? URL: <https://marketing-course.ru/kak-vnedrit-sovremennyy-marketing>.
7. Магомедов И.А., Ханмурзаев Х.Э. Технология разработки и продвижения сайтов, как основного инструмента цифровой экономики // ЦИТИСЭ. 2019. № 3 (20). С. 12.
8. Мендиев А.У., Дубаева М.С. Использование интернет-технологий в маркетинге // Сборник научных статей по итогам работы третьего международного круглого стола «Современная мировая экономика: проблемы и перспективы в эпоху развития цифровых технологий и биотехнологии». М., 2019. С. 190-191.
9. Современный маркетинг. URL: <https://moguta.ru/blog/sovremenniy-marketing/sovremennyy-marketing/>
10. Юдина Т.Н. Осмысление цифровой экономики // Теоретическая экономика. 2016. № 3. С. 12-16.

Modern aspects of marketing policy

Viskhan G. Elikhanov

Student,
Chechen State University,
364049, 47, Kirova st., Grozny, Russian Federation;
e-mail: viskhan11@gmail.com

Magomed S.-U. Khaliev

Senior Lecturer,
Department of business informatics
Chechen State University,
364049, 47, Kirova st., Grozny, Russian Federation;
e-mail: khaliev@mail.ru

Abstract

The article examines new trends in the marketing policy of companies at the present time. The authors analyze what has changed in the advertising and marketing sphere in recent years, which tools are preferable to use in promotion and what to pay special attention to. The authors also talk about the importance of quality and interesting content in any marketing strategy. It is noted that social networks are inextricably linked with the daily life of a person, and companies try to establish contacts with potential buyers, considering this as a chance for their development. The indisputable advantage of advertising on social networks is the visibility and full-fledged presentation of the advertised product. The customer can choose the required advertising format: post with text, video, tag in Stories, as well as live product presentation. Every year there are many changes in social networks. It is an evolution that aims to help a business stand out from the vast array of competitors. It is concluded that, no matter what trends appear or disappear, high-quality and interesting content is the main thing that needs to be paid special attention. This will be the most important element of your social media marketing strategy.

For citation

Elikhanov V.G., Khaliev M.S.-U. (2020) Sovremennyye aspekty marketingovoi politiki [Modern aspects of marketing policy]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 10 (9A), pp. 556-560. DOI: 10.34670/AR.2020.48.88.064

Keywords

Marketing, Internet, promotion, social networks, media, advertising, blogger.

References

1. Bol'shakov S.V. (2000) *Osnovy upravleniya finansami* [Fundamentals of financial management]. Moscow.
2. Bove K.L., Arens V.F. (2001) *Sovremennaya reklama* [Modern advertising]. Moscow Izdatel'skii dom Dovgan' Publ.
3. Dagaev A.A. (2008) *Ekonomika znaniy v informatsionnom obshchestve* [Knowledge economy in the information society]. *Informatsionnoe obshchestvo* [Information Society], 5-6, pp. 40-42.
4. Druzhinin A.M. (2015) *Strategiya obmena znaniyami v tsifrovoi ekonomike* [Knowledge exchange strategy in the digital economy]. *Vek kachestva* [Age of quality], 4, pp. 125-138.
5. *Kak vnedrit' sovremennyy marketing v biznes?* [How to implement modern marketing in business?]. Available at: <https://marketing-course.ru/kak-vnedrit-sovremennyy-marketing> [Accessed 15/10/2020].
6. Magomedov I.A., Khanmurzaev Kh.E. (2019) *Tekhnologiya razrabotki i prodvi-zheniya saitov, kak osnovnogo instrumenta tsifrovoi ekonomiki* [Technology of development and promotion of web-sites as the main tool of digital economy]. *TsITISE*, 3 (20), p. 12.
7. Mentsiev A.U., Dubaeva M.S. (2019) *Ispol'zovanie internet-tekhnologii v marketinge* [The use of Internet technologies in marketing]. In: *Sbornik nauchnykh statei po itogam raboty tret'ego mezhdunarodnogo kruglogo stola "Sovremennaya mirovaya ekonomika: problemy i perspektivy v epokhu razvitiya tsifrovyykh tekhnologii i biotekhnologii"* [Collection of scientific articles "Modern world economy: problems and prospects in the era of digital technologies and biotechnology"]. Moscow, pp. 190-191.
8. *Sovremennyy marketing* [Modern marketing]. Available at: <https://moguta.ru/blog/sovremennyy-marketing/sovremennyy-marketing> [Accessed 19/10/2020].
9. Varnavskii V.G. (2015) *Tsifrovyye tekhnologii i rost mirovoi ekonomiki* [Digital technologies and the growth of the world economy]. *Drukerovskii vestnik* [Drucker Bulletin], 3 (7), pp. 73-80.
10. Yudina T.N. (2016) *Osmyslenie tsifrovoi ekonomiki* [Understanding digital economy]. *Teoreticheskaya ekonomika* [Theoretical Economics], 3, pp. 12-16.