

УДК 33**Инструменты и сервисы цифрового PR и маркетинга****Шахбанова Сабина Курбановна**

Студент,
Дагестанский государственный университет;
367000, Российская Федерация, Махачкала, ул. Батырая, 4а;
e-mail: shaxbanovas@inbox.ru

Абдуллаев Нурмагомед Алигаджиевич

Кандидат экономических наук, доцент,
заместитель декана факультета управления,
Дагестанский государственный университет;
367000, Российская Федерация, Махачкала, ул. Батырая, 4а;
e-mail: n.abdullaev81@mail.ru

Аннотация

Достижение успеха в продвижении личного бренда или корпоративного бизнеса требует использования специфических методов и практик, основанных на применении функциональных инструментов, которые гарантируют желаемые результаты. Эти инструменты являются определяющими для выбора путей и средств предоставления информации, создания контента и эффективного использования возможностей цифрового пространства в целях продвижения. В статье рассматриваются ключевые инструменты и сервисы цифрового PR и маркетинга, которые позволяют оптимизировать процессы взаимодействия с целевой аудиторией, повысить узнаваемость бренда и достичь конкурентных преимуществ. Особое внимание уделено анализу современных технологий, таких как SMM, SEO, контент-маркетинг, email-маркетинг и аналитика данных, которые играют важную роль в формировании стратегий цифрового продвижения. Авторы подчеркивают, что эффективное использование цифровых инструментов и сервисов требует не только технических знаний, но и понимания потребностей аудитории, а также умения адаптироваться к быстро меняющимся условиям цифровой среды.

Для цитирования в научных исследованиях

Шахбанова С.К., Абдуллаев Н.А. Инструменты и сервисы цифрового PR и маркетинга
// Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2024. Том 14. № 10А. С. 422-427.

Ключевые слова

Цифровое пространство, инструменты, цифровой маркетинг, услуга, PR, контент-маркетинг, SMM.

Введение

Сегодняшний мир цифрового маркетинга отличается разнообразием инструментов для продвижения, систематизировать которые можно, опираясь на их функционал и способность к распространению и интеграции информации в цифровом пространстве.

Инструменты цифрового продвижения становятся все более важными для области паблик рилейшнз и маркетинга, обретая повышенную востребованность в современной социальной динамике. Эффективность этих инструментов значительно возрастает, когда они адаптированы к текущим трендам, и способны максимально раскрыть свой потенциал в пространстве популярных цифровых платформ, учитывая характеристики и интересы целевой аудитории. Социальные сети являются одним из наиболее мощных каналов для продвижения, причем особенно выделяется «ВКонтакте», завоевавшая статус наиболее посещаемой соцсети с самым широким охватом пользователей. Реклама и контент на этой платформе имеют большой потенциал воздействия на общественное мнение и поведение. [Бровкина, 2021, С. 253].

Основное содержание

Инструменты цифрового продвижения в социальной сети "ВКонтакте" представляют большой интерес для аналитического изучения, поскольку их анализ позволяет оценивать эффективность и выявлять специфические проблемы, разрешимые только с помощью детального изучения статистических данных и аналитических методов.

С течением времени, инструменты, используемые для продвижения в "ВКонтакте", были обновлены и усовершенствованы. Начиная с 2022 года, можно заметить увеличение уровня вовлеченности аудитории во взаимодействие с этой платформой. Это стало возможным благодаря изменениям в технологиях и алгоритмах самой социальной сети, что открыло новые перспективы для заработка пользователей и создателей контента. Все эти вопросы рассматриваются с большей детализацией в представленной курсовой работе.

Трансформации, наблюдаемые на новом этапе развития общества, расширили горизонты для создания и воплощения в жизнь цифровых технологий. Глобальный научно-технический прогресс стимулировал появление и поддержку развития компьютерных технологий, информационной сферы, создание современных программ и баз данных, а также других цифровых решений. Эти технологии способствуют систематизации и сохранению данных, повышению производительности и совершенствованию различных аспектов жизни общества, а также в различных важных сферах деятельности населения, предоставляя ключевую поддержку в оказании многих услуг. [Голубкова, 2020, С. 363]

Цифровое преобразование как виртуального пространства, так и инструментария для его продвижения стоит в центре внимания, особенно в контексте текущих технологических изменений.

Прогресс цифровой эры оказал влияние на все секторы общества, включая бизнес и государственное управление. Развитие цифровой инфраструктуры открывает новые возможности для самореализации и продвижения как индивидуальных, так и корпораций в этой области.

В бизнес-среде цифровизация ярко выражена и необходима для успеха, что обусловлено интересами компаний в области финансовой подотчетности, стремлением к расширению

производства, усилению управленческого контроля, обновлению технологического парка, повышению конкурентоспособности на рынке и получению финансирования. Эти стратегические задачи стали ключевыми факторами, стимулирующими применение цифровых технологий.

Сегодня рынок предлагает множество методов для взаимодействия с потенциальными клиентами, однако особое признание и эффективность приобрел цифровой маркетинг. Этот вид маркетинга позволяет с высокой точностью собирать данные о потребителях определенного продукта или услуги и оценивать результативность их продвижения, а также влияние на имидж бренда компании. Адекватно выбранные и использованные каналы цифрового продвижения могут заметно повысить конкурентоспособность фирмы на рынке. Важнейшей стратегической целью предприятия является разработка ориентированной на результат маркетинговой стратегии, что предусматривает детализированную проработку процесса вывода продукта или услуги на рынок. Применяя методы цифрового маркетинга в своей рекламной стратегии, компания способна снизить затраты на продвижение своих продуктов или услуг. [Жильцова, 2020, С. 337]

Чтобы эффективно развивать личный бренд и бизнес, необходим применять определенные методики и инструменты, которые способствуют достижению желаемого результата. В эпоху информационных технологий особенно важна роль цифровых инструментов продвижения. Эти инструменты определяют способы и форматы донесения информации до пользователей, а также как максимально эффективно использовать возможности интернет-пространства для продвижения.

Цифровые инструменты стали ключевыми для укрепления позиций компании, повышения ее популярности и востребованности на рынке. Под цифровыми инструментами понимаются технологические средства, которые предназначены для обработки, передачи и сохранения данных в электронном виде. Сейчас невозможно представить повседневную жизнь без использования таких средств, поскольку они стали неотъемлемой частью нашего бытия.

В сфере коммерции важность цифрового продвижения продуктов и услуг неуклонно возрастает, ведь мы становимся свидетелями интенсивной цифровой трансформации бизнес-процессов. Многие компании уже полностью перешли в онлайн-пространство, особенно это касается сектора услуг; теперь образование, кинопремьеры, доступ к новым книгам и многие другие услуги доступны в интернете. Тем не менее, некоторые организации не используют цифровые инструменты продвижения на полную катушку или применяют неэффективные методы. В последующих разделах статьи будут обсуждены самые результативные цифровые способы продвижения товаров и услуг. [Коноваленко, 2020, С. 383]

Необходимо разобраться в сути цифрового маркетинга. Этот вид маркетинга объединяет под своим крылом стратегии и практики применения новейших цифровых технологий для продвижения продукции и услуг. Цифровой маркетинг активно внедряется на протяжении всех стадий контакта с клиентами как в бизнес-ориентированных на потребителя (B2C), так и в бизнес-к-бизнес (B2B) секторах. Он фокусируется на использовании цифровых решений и инструментов на каждом этапе взаимодействия с потенциальными покупателями.

Заключение

В современном мире инструменты для продвижения в цифровой среде играют весомую

роль, поскольку они напрямую влияют на развитие и позиционирование компании, а также на ее популярность среди пользователей цифрового пространства. Цифровые инструменты можно охарактеризовать как технологические средства для работы с цифровой информацией: накопление, обработка, и передача данных. В наше время жизнь без таких инструментов немыслима: это онлайн-приложения, социальные платформы, различное программное обеспечение и мобильные устройства, которые позволяют нам вести виртуальное общение, обмениваться информацией и обрабатывать ее.

Цифровой маркетинг и цифровые коммуникации, особенно в сферах пиара и рекламы, находят эти инструменты незаменимыми для создания соответствующего контента, методов и стратегий продвижения не только товаров и услуг, но и персональных брендов. Это создает важную связь, выявляющую ключевые аспекты цифрового маркетинга и PR, а также подчеркивает всю важность и актуальность этой области.

Библиография

1. Бровкина, А.Ф. Каналы и инструменты digital-маркетинга [Текст] / А.Ф. Бровкина // Молодой ученый. - 2021. - № 22 (364). - С. 253-255;
2. Голубкова, Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации [Текст] / Е.Н. Голубкова. – М.: Юрайт, 2020. – 363 с.;
3. Жильцова, О.Н. Связи с общественностью [Текст] / О.Н. Жильцова, И.М. Синяева, Д.А. Жильцов. – М.: Юрайт, 2020. – 337 с.;
4. Коноваленко, В.А. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность [Текст] / В.А. Коноваленко, Н.Г. Швед. – М. Юрайт, 2020. – 383 с.
5. Минаков, А. В. Анализ бюджетно-налоговой безопасности регионов России / А. В. Минаков // Вестник Московского университета МВД России. – 2019. – № 4. – С. 248-252. – DOI 10.24411/2073-0454-2019-10233. – EDN FUMONS.
6. Минаков, А. В. Развитие и проблемы цифровизации банковских услуг / А. В. Минаков, А. Е. Суглобов // Modern Economy Success. – 2021. – № 4. – С. 88-102.
7. Минаков, А. В. Обеспечение экономической безопасности государства в условиях санкций западных стран / А. В. Минаков, С. Б. Лапина // Вестник экономической безопасности. – 2021. – № 2. – С. 305-312.
8. Попова И.В. Геймификация как современный педагогический прием в подготовке обучающихся финансово-банковского направления / Попова И.В., Жильцова К.И. // Инновации и качество высшего образования. Материалы региональной научно-методической конференции научно-педагогических работников. Донецк, 2023. С. 312-315.
9. Попова И.В. Концепция инклюзивного роста в экономике / Попова И.В., Лазарева И.Е. / Особенности социально-экономического развития региона: правовые, управленческие и социально-гуманитарные аспекты. Электронный сборник научных статей. Чебоксары, 2023. С. 547-551.
10. Попова И.В. Исследование бизнес-процессов предприятий и особенностей их моделирования / Попова И.В., Панкова-Игнатенко И.В. // Сборник научных работ серии "Финансы, учет, аудит". 2022. № 4 (28). С. 167-176.

Tools and Services of Digital PR and Marketing

Sabina K. Shakhbanova

Student,

Dagestan State University,

367000, 4a Batraya str., Makhachkala, Russian Federation;

e-mail: shakhbanovas@inbox.ru

Nurmagomed A. Abdullaev

PhD in Economic Sciences,
Associate Professor,
Deputy Dean of the Faculty of Management,
Dagestan State University,
367000, 4a Batyraya str., Makhachkala, Russian Federation;
e-mail: n.abdullaev81@mail.ru

Abstract

Achieving success in promoting a personal brand or corporate business requires the use of specific methods and practices based on the application of functional tools that guarantee desired results. These tools are crucial for choosing the ways and means of delivering information, creating content, and effectively utilizing the opportunities of the digital space for promotion. The article examines the key tools and services of digital PR and marketing that optimize interaction with the target audience, increase brand recognition, and achieve competitive advantages. Special attention is paid to the analysis of modern technologies such as SMM, SEO, content marketing, email marketing, and data analytics, which play an important role in shaping digital promotion strategies. The authors emphasize that the effective use of digital tools and services requires not only technical knowledge but also an understanding of audience needs and the ability to adapt to the rapidly changing conditions of the digital environment.

For citation

Shakhbanova S.K., Abdullaev N.A. (2024) Instrumenty i servisy tsifrovogo PR i marketinga [Tools and Services of Digital PR and Marketing]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 14 (10A), pp. 422-427.

Keywords

Digital space, tools, digital marketing, service, PR, content marketing, SMM.

References

1. Brovkina, A.F. Channels and tools of digital marketing [Text] / A.F. Brovkina // Young scientist. - 2021. - № 22 (364). - Pp. 253-255;
2. Golubkova, E.N. Integrated marketing communications [Text] / E.N. Golubkova. - M.: Yurayt, 2020. - 363 p.;
3. Zhiltsova, O.N. Public relations [Text] / O.N. Zhiltsova, I.M. Sinyaeva, D.A. Zhiltsov. - M.: Yurait, 2020. - 337 p.;
4. Konovalenko, V.A. Advertising and public relations: an introduction to the specialty [Text] / V.A. Konovalenko, N.G. Shved. - M. Yurait, 2020. - 383 p.
5. Minakov, A.V. Analysis of budgetary and tax security of the regions of Russia / A.V. Minakov // Bulletin of the Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia. - 2019. - No. 4. - PP. 248-252. - DOI 10.24411/2073-0454-2019-10233. - EDN FUMONS.
6. Minakov, A.V. Development and problems of digitalization of banking services / A.V. Minakov, A. E. Suglobov // Modern Economy Success. - 2021. - No. 4. - pp. 88-102.
7. Minakov, A.V. Ensuring the economic security of the state under the sanctions of Western countries / A.V. Minakov, S. B. Lapina // Bulletin of Economic Security. - 2021. - No. 2. - pp. 305-312.
8. Popova I.V., Zhiltsova K.I. Gamification as a modern pedagogical technique in the training of financial and banking students // Innovations and quality of higher education. Materials of the regional scientific and methodological conference of scientific and pedagogical workers. Donetsk, 2023. pp. 312-315.
9. Popova I.V. The concept of inclusive growth in the economy / Popova I.V., Lazareva I.E. / Features of socio-economic development of the region: legal, managerial and socio-humanitarian aspects. Electronic collection of scientific articles.

Cheboksary, 2023. pp. 547-551.

10. Popova I.V. Research of business processes of enterprises and features of their modeling / Popova I.V., Pankova-Ignatenko I.V. // Collection of scientific papers of the series "Finance, accounting, audit". 2022. No. 4 (28). pp. 167-176.