

*Синюк Татьяна Юрьевна*

канд. экон. наук, доцент, заведующая кафедрой

*Бублик Александра Евгеньевна*

студентка

ФГБОУ ВО «Ростовский государственный

экономический университет (РИНХ)»

г. Ростов-на-Дону, Ростовская область

## **ТОП ЛУЧШИХ МЕТОДОВ И СПОСОБОВ ПРОДВИЖЕНИЯ В ЦИФРОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ В 2021–2022 ГОДУ**

*Аннотация:* в статье рассматриваются наиболее приоритетные каналы продвижения бизнеса в условиях цифровизации. При проведении исследования учтено влияние и последствия социально-экономических и политических факторов на цифровые платформы и ресурсы, применяемые для продвижения товаров и услуг.

*Ключевые слова:* каналы продвижения, развитие бизнеса, влияние цифровизации.

В современных реалиях использование цифрового пространства является приоритетным направлением в работе большинства маркетологов. Работа в данном направлении заключается в использовании актуальных методов продвижения бизнеса в социальных сетях, поиске доступных цифровых площадок для привлечения новых клиентов.

В статье отражены основные цифровые технологии, позволяющие продвигать бизнес, анализировать ключевые показатели эффективности рекламной деятельности, а также формировать положительный имидж в глазах у потенциальных клиентов с использованием социальных сетей.

Актуальность темы, освещенной в данной статье, заключается в том, что использование передовых методов продвижения в цифровом пространстве оказывает существенное влияние на развитие бизнеса любой отрасли [8;9]. Цифровые

методы продвижения позволяют привлечь новых клиентов, а также упростить их шаги к покупке товара или услуги.

Актуальность данной темы подтверждается интересом к ней со стороны многих научных деятелей. Профессора филиала Московского государственного университета И.Ю. Гришин и Р.Р. Тимиргалеева в рамках данной темы высказались так: «многочисленные исследования зарубежных и отечественных авторов показывают перспективность развития цифровых технологий и их системное широкое влияние, что убеждает нас и в перспективности цифрового предпринимательства, которое может стать ключевым фактором производства в реалиях нового технологического уклада» [1].

Н. Устинова также делится своим мнением о влиянии цифровизации на бизнес: «современные информационно-коммуникационные технологии – это весьма востребованный продукт для организации налаженной работы и продвижения бизнеса, эффективное владение которым дает конкурентное преимущество в бизнес-среде» [2].

Основными технологиями для современной трансформации бизнеса в рамках цифровизации служат мобильность, социальные сети, технологии искусственного интеллекта для работы с данными и другие. В настоящее время любой предприниматель в рамках цифровизации своего предприятия пользуется такими инструментами, как интернет и мобильные устройства. В первую очередь, эти инструменты дают такие возможности, как создание каналов коммуникации между бизнесом и клиентами (через веб-сайт, социальные сети, электронную почту), выявление потребностей клиентов, а также использование новых маркетинговых инструментов, в особенности SMM (Social Media Marketing), и экономия времени покупателя за счёт быстроты и простоты в обслуживании.

«SMM-специалисты занимаются продвижением бренда в социальных сетях и построением отношений с целевыми группами. Под «продвижением» понимается совокупность мер, которые привлекают потенциальную целевую аудиторию, удерживают уже существующую и поддерживают популярность с помощью коммуникаций с клиентами, партнерами и спонсорами» [3].

Прежде чем рассмотреть наиболее популярные каналы продвижения в цифровом пространстве, стоит отметить, что строить план использования маркетинговых инструментов необходимо на основе проведенного заранее анализа рынка сбыта. Е.И. Волошина утверждает: «Практика маркетинговой деятельности показывает, что исследование рынка сбыта – самое распространенное и важное направление в системе маркетинговых исследований. Результаты рыночных исследований являются основой для принятия решений, связанных с деятельностью на рынке, выбором целевого рынка, определением планового объема продаж и других показателей» [4].

Это означает, что перед активной работой по продвижению организации, необходимо провести исследования рынка сбыта продукции, определить сегменты целевой аудитории бизнеса, и только после этого выбрать актуальные каналы продвижения, которые будут пользоваться популярностью у потенциальных клиентов.

В рамках своей работы SMM-специалисты чаще всего используют такие социальные сети, как «ВКонтакте», «Instagram» (деятельность компании запрещена на территории Российской Федерации), «Facebook» (деятельность компании запрещена на территории Российской Федерации), «What's App», «Tik-Tok», «Twitter», «Telegram», «YouTube», «Pinterest», «Одноклассники», «Яндекс.Дзен» и другие, менее популярные. На данный момент деятельность таких социальных сетей, как «Instagram» (деятельность компании запрещена на территории Российской Федерации), «Facebook» (деятельность компании запрещена на территории Российской Федерации) запрещена на территории РФ [5]. Работа «Twitter» значительно замедлена. «Tik-Tok» ограничил для российских пользователей возможность публиковать новый контент.

Поэтому, в современных реалиях, доступными, легальными и наиболее привлекательными площадками для продвижения являются «ВКонтакте», «What's App» и «Telegram».

«ВКонтакте» – социальная сеть, пользующаяся наибольшей популярностью в русскоязычных странах, совмещает в себе чат, микроблог, электронную почту,

видеообменник, а также множество других функций. «Теперь ВКонтакте пользуется более 50 млн человек в день – социальная сеть установила новый рекорд по дневной аудитории в России» [6].

Данный канал продвижения в настоящее время является наиболее технически развитым, так как здесь можно общаться с аудиторией через посты, истории, прямые эфиры, настроить таргетированную рекламу, создать карточку товара, в рамках раздела «ВКонтакте для бизнеса» можно ознакомиться с предлагаемой сервисом аналитикой. Кроме того, представители сообщества «ВКонтакте для бизнеса» помогают владельцу бизнеса ознакомиться со всеми возможностями продвижения в данной социальной сети, проводят вебинары по ведению продающего сообщества ВКонтакте.

«What's App» чаще всего используется как способ общения с клиентом. Здесь обычно менеджер отвечает на вопросы клиента о продукции, помогает пройти путь к оплате. «Telegram» обычно служит новостным каналом, где компания может делиться фактами о продукции, новинками. Эти компании объединяет возможность использования чат-ботов, которые позволяют минимизировать расходы, связанные с ежедневным и однотипным взаимодействием с большим количеством пользователей.

Яндекс Дзен и Mail.Пулс сейчас – отличные варианты для продвижения и перераспределения бюджета после блокировки ряда сервисов. Принцип работы площадок и показа рекламы следующий: авторы создают контент, а алгоритмы его анализируют и показывают сегментам аудитории, которым он может быть интересен. Если пользователи сегмента реагируют положительно – дочитывают, ставят лайки, комментируют, то алгоритмы ищут аудиторию с похожим поведением и показывают ей данный контент.

Помимо SMM-продвижения, в цифровом пространстве пользуются популярностью такие методы взаимодействия с потребителем, как веб-сайт и SEO. Наличие веб-сайта открывает большие возможности для бизнеса и повышает его конкурентоспособность. Хорошо разработанный и поддерживаемый веб-сайт позволяет максимально полно познакомить клиента с товаром/услугой, а также

с идеологией и принципами фирмы, донести преимущества товара, наглядно показать полезный эффект от использования продукта. Кроме того, использование сайта позволяет пользователю использовать лид-магниты, собирать контактные данные заинтересованных клиентов, проводить агитацию на покупку продукта, а также отслеживать действия покупателя на сайте для понимания, что подтолкнуло его к покупке, а что заставило покинуть сайт.

«Продающим» обычно является только качественно оформленный сайт. Принципиальным отличием «продающего» сайта является наличие качественного контента (уникальные фото, грамотная смысловая нагрузка, оформленный текст о товаре), использование ключевых фраз, разделов для быстрого поиска, призывов к действию. Архитектура сайта должна быть простой и четко структурированной, скорость загрузки страниц – наивысшая. Оптимизированный и проработанный сайт позволяет покупателю пройти путь от знакомства с фирмой до покупки в короткий срок.

Наличие сайта позволяет предпринимателю задействовать SEO-продвижение. «SEO (Search Engine Optimization) – пул работ, которые проводятся на сайте для добавления ключевых слов, благодаря которым сайт поднимается в поисковой выдаче. Таким образом, это позволяет поднять сайт в топ-10 в поисковых системах типа Google или Yandex» [7].

Таким образом, использование новых, перспективных инструментов цифрового предпринимательства значительно помогает бизнесу в продвижении его товаров и услуг. Но стоит отметить, что выбор определенных каналов продвижения должен основываться на специфике бизнеса, а также анализе рынка реализации продукции и ее целевых потребителей. Кроме того, для привлечения наибольшего числа клиентов требуется развивать разные каналы продвижения с умением подробно отражать деятельность компании, ее приоритеты и идеологию.

### ***Список литературы***

1. Тимиргалеева Р.Р. Цифровое предпринимательство в развитии экономики / Р.Р. Тимиргалеева, И.Ю. Гришин // Современная научная мысль. – 2019. – №5 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>

article/n/tsifrovoye-predprinimatelstvo-v-razvitii-ekonomiki (дата обращения: 07.04.2022).

2. Устинова Н.Г. Цифровая экономика и предпринимательство: вопросы взаимодействия // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2019. – №3 (77) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-ekonomika-i-predprinimatelstvo-voprosy-vzaimodeystviya> (дата обращения: 07.04.2022).

3. Беспрозванная Л.Г. Продвижение бизнеса в социальных сетях: перспективы в условиях кризиса / Л.Г. Беспрозванная, Е.А. Манина // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2021. – №7 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/prodvizhenie-biznesa-v-sotsialnyh-setyah-perspektivu-v-usloviyah-krizisa> (дата обращения: 08.04.2022).

4. Волошина Е.И. Анализ рынка сбыта продукции как ключевой критерий эффективности // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. – 2019. – №2 (47). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-rynka-sbyta-produktsii-kak-klyuchevoy-kriteriy-effektivnosti> (дата обращения: 08.04.2022).

5. Суд запретил Instagram и Facebook (деятельность компании запрещена на территории Российской Федерации). Что это значит для пользователей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/21/03/2022/6238a5e89a79477e5dc0245f](https://www.rbc.ru/technology_and_media/21/03/2022/6238a5e89a79477e5dc0245f) (дата обращения: 12.04.2022).

6. Дневная аудитория ВКонтакте выросла на 4 млн – до рекордных 50 млн пользователей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com/press/users-monthly-activity> (дата обращения: 12.04.2022).

7. Хайлов П.Е. Преимущества и недостатки основных каналов рекламного продвижения // Интерактивная наука. – 2021. – №5 (60) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/preimuschestva-i-nedostatki-osnovnyh-kanalov-reklamnogo-prodvizheniya> (дата обращения: 12.04.2022).

8. Бандурина Е.Н. Управление развитием организации: теория и практика / Е.Н. Бандурина, М.Е. Воловик, О.К. Карпова [и др.]. – Ростов н/Д., 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.elibrary.ru/author\\_items.asp?authorid=738149](https://www.elibrary.ru/author_items.asp?authorid=738149)

9. Синюк Т.Ю. § 1.1.3 Системный кризис как глобальный тренд, определяющий развитие экономических систем / Т.Ю. Синюк, М.А. Суржиков // Глобальные вызовы, новые риски и приоритеты экономических систем. Коллективная монография / Н.Г. Кузнецов, С.С. Галазова, О.В. Губарь [и др.]; под ред. С.В. Бердникова, Н.Г. Кузнецова. – В 2 т. – Ростов н/Д., 2019. – С. 37–46 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44378426>