

УДК 339.13

***АНАЛИЗ И ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ DIGITAL ТЕХНОЛОГИЙ  
В СФЕРЕ МАЛОГО БИЗНЕСА***

***Шаяхметова Г.И.***

*студент,*

*Самарский государственный экономический университет,*

*Самара, Россия*

**Аннотация**

В данной статье содержится актуальная информация об актуальности digital маркетинга в 21 веке, а также определена его значимость в деятельности малых предприятий. В рамках исследования выявлены основные различия между digital маркетингом и онлайн маркетингом, а также изучены наиболее распространенные каналы продвижения в цифровом пространстве. Также статья содержит в себе информацию об особенностях таргетированной рекламы.

**Ключевые слова:** digital маркетинг, малый бизнес, целевая аудитория.

***ANALYSIS AND FORECAST OF DEVELOPMENT OF DIGITAL  
TECHNOLOGIES IN THE SPHERE OF SMALL BUSINESS***

***Shayakhmetova G.I.***

*student,*

*Samara State University of Economics,*

*Samara, Russia*

**Annotation**

This article contains current information about the relevance of digital marketing in the 21st century, as well as its importance in the activities of small businesses. The study identified the main differences between digital marketing and online

marketing, as well as studied the most common channels of promotion in the digital space. Also, the article contains information about the features of targeted advertising.

**Key words:** digital marketing, small business, target audience.

В 21 веке ввиду развития интернета, а также цифровизации современного общества, digital технологии получили широкое распространение во всех сферах жизни человека, в том числе и в продвижении товаров и услуг на отраслевой рынок. В настоящее время цифровой маркетинг (digital marketing) активно вытесняет традиционную маркетинговую деятельность [4, с. 66].

Данный термин используется для обозначения таргетивного и интерактивного маркетинга товаров и услуг, использующего цифровые технологии для привлечения потенциальных клиентов и удержания их в качестве потребителей. Главными задачами цифрового маркетинга являются продвижение бренда и увеличение сбыта с помощью различных методик. Цифровой маркетинг включает в себя большой выбор маркетинговых тактик по продвижению товаров, услуг и брендов. Помимо мобильных технологий, традиционных ТВ и радио методы цифрового маркетинга используют интернет в качестве основного коммуникационного посредника.

Основными мероприятиями цифрового маркетинга можно считать следующие:

- поисковая оптимизация (SEO);
- поисковый маркетинг (SEM);
- контент-маркетинг;
- маркетинг влияния (influencer marketing);
- автоматизация создания контента, маркетинг в электронной коммерции;
- маркетинг социальных медиа (SMM);

- прямые рассылки, контекстная реклама;
- реклама в электронных книгах, программах, играх и других формах цифровой продукции [1, с. 120].

Важно понимать отличие digital маркетинга от обычного интернет маркетинга. Многие специалисты считают, что это один и тот же вид маркетинговой деятельности, однако, между ними существуют принципиальные различия.

Таблица 1. Основные различия интернет и digital маркетинга.

	<b>Интернет маркетинг</b>	<b>Digital маркетинг.</b>
Каналы распределения	интернет	все виды цифровых каналов, в том числе цифровые игры, книги, приложения, цифровое ТВ.
Сфера воздействия	Только онлайн	онлайн и оффлайн
Целевая аудитория	Все, кто имеют возможность выхода в интернет	онлайн и оффлайн аудитория, которую с помощью инструментов Digital маркетинга привлекают в онлайн.
Способы взаимодействия	реклама в интернете и социальных сетях, таргет и т.д.	цифровое телевидение, реклама в онлайн играх, менеджерах и мобильных приложениях, интерактивные экраны и т.д.

Digital маркетинг имеет большое количество преимуществ перед традиционным маркетингом. Во-первых, он позволяет привлекать более молодую целевую аудиторию. По данным статистики, традиционные методы продвижения действуют на молодежь намного хуже, чем реклама в цифровом формате [3, с. 114]. Digital маркетинг позволяет привлечь более

узконаправленного или продвинутого пользователя. Это полезно для тех сфер бизнеса, где продаются специфические товары, или та продукция, которая не рекламируется по ТВ и в прессе по причинам «неформата» или высокой стоимости рекламы. Примером таких товаров могут служить товары хенд-мейд, торты на заказ, различные услуги в сфере красоты (маникюр, ресницы) и т.д.

Современные индивидуальные предприниматели и предприятия малого бизнеса предпочитают цифровые методы продвижения ввиду их лояльности по отношению к различным отраслям услуг и товаров. Отсюда вытекает второе немаловажное достоинство Digital маркетинга - его вседоступность. С точки зрения малого предпринимательства, этот способ является не только наиболее эффективным на сегодняшний день, но и одним из самых низкокзатратных. Размещение рекламы в социальной сети, в мобильном приложении или на веб-сайте стоит намного дешевле, чем традиционные методы размещения [5, с. 97].

Одним из наиболее эффективных методов цифрового маркетинга является продвижение товаров и услуг в социальной сети и различные интернет-сообщества. Лидером среди социальных сетей на сегодняшний день является Instagram. На 2019 год его аудиторию составляют более 31 млн. уникальных пользователей в России. Для сравнения - социальная сеть «ВКонтакте» располагает аудиторией в 19 млн. уникальных пользователей в России, а Facebook - 18 млн. уникальных пользователей. Для правильного понимания статистики социальных сетей необходимо изучать количество именно «уникальных пользователей». Этот показатель означает одного человека, на которого может быть зарегистрировано несколько аккаунтов в социальной сети. Instagram стал настоящим прорывом в цифровой медиаиндустрии, и породил не только один из самых эффективных методов продвижения, но и множество новых, современных профессий. По данным многочисленных исследований Instagram является самой популярной

Вектор экономики | [www.vectoreconomy.ru](http://www.vectoreconomy.ru) | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

социальной сетью в России, в которой продвигают свои товары или услуги не только крупные компании, но и индивидуальные предприниматели, а также люди, которые хотят стать популярными в сети [2, с. 38].

Данный способ продвижения доступен для всех желающих, так как может быть совершенно бесплатным, или с минимальными затратами для пользователя. Продвижение товаров через Instagram осуществляется с помощью профиля, в котором размещаются тематические фотографии и посты, а также короткие видеоролики. Для продвижения профиля используется массовая подписка на пользователей Instagram, которая составляет целевую аудиторию компании, а также реклама у блоггеров, или медийных персон.

На 2019 год реклама в Instagram является самой массовой и малобюджетной. Реклама у блоггеров в Instagram начинается от 300 рублей в зависимости от количества подписчиков и вида рекламы. В настоящее время в Instagram существует 2 вида рекламы у блоггеров - рекламные посты и реклама в «сторис». Отличительной особенностью данного вида продвижения является не только низкая стоимость, но и максимальная доступность. Реклама в печатных изданиях или телевидении доступна только для определенных групп товаров, а в Instagram продвигать себя может любой человек [5, С. 122].

Вторым, не менее эффективным способом продвижения с помощью Digital маркетинга является реклама в различных рекламных приложениях, а также, онлайн и оффлайн играх. Основная ценность рекламы в мобильных приложениях – это возможность быстро и без больших финансовых вложений заполучить новых клиентов и увеличить конверсию, а также повысить узнаваемость бренда компании-рекламодателя. Количество устанавливаемых мобильных приложений с каждым днем увеличивается в геометрической прогрессии.

Согласно статистике компании App Annie, В России на 2018 год, одним смартфоном в течение месяца загружается и обновляется примерно 25 мобильных приложений, около 13 из них – используются регулярно. Медийная реклама в приложениях iOS и Android – это наиболее экономичный и выгодный способ продвижения сайта и онлайн-ритейла. Около 55% смартфонов работают на OS Android, а это значит, что реклама в приложениях Android – бесспорный лидер по количеству результативных переходов. Модели, работающие на iOS, составляют примерно 25% рынка мобильных устройств [7].

Для эффективного использования инструментов Digital маркетинга необходимо внедрения таргетированной рекламы. Это форма онлайн-рекламы, в которой используются сложные методы и настройки поиска целевой аудитории в соответствии с заданными параметрами, характеристиками и интересами пользователей, релевантными для определенных товаров или услуг, которые рекламирует рекламодатель. Эти параметры настроек могут быть либо демографическими (ориентированные на национальность, экономический статус, пол, возраст, уровень образования, уровень дохода и занятость), либо психографическими (основываться на ценностях потребителя, его личности, отношениях, мнениях, образе жизни и интересах).

Традиционные формы рекламы, включая билборды, печатные СМИ, радио и ТВ постепенно заменяется онлайн-рекламой. За последние годы пространство информационных технологий изменилось, в результате чего целевая реклама охватила все технологии продвижения, такие как Интернет, IP-TV и мобильную среду. В рекламе следующего поколения важность целевой рекламы будет радикально возрастать, так как она слаженно распространяется по многочисленным каналам связи с потребителем. Знание таргетинга необходимо для ИП и малых предприятий, так как правильный

выбор целевой аудитории позволяет увеличить продаж небольшого предприятия, увеличить оборот и укрепить позиции на рынке.

В заключении, стоит отметить, что Digital маркетинг с каждым годом все больше развивается и увеличивает степень своего влияния. Продвижение товаров и услуг с помощью цифровых технологий активно вытесняют с рынка маркетинговых услуг традиционные методы продвижения.

Согласно прогнозам АКАР (ассоциация коммуникационных агентств России), данная тенденция будет только увеличиваться, и популярность Digital маркетинга достигнет своего пика [8]. Facebook запускает дополнительные пользовательские аудитории. Станет доступен таргетинг по метрикам взаимодействия, таким как: время контакта с объявлением, обмен ссылками и др., продвижение с помощью цифровых технологий станет еще более отлаженных и эффективным. За последние 2 года наиболее популярным стал видеоконтент в рамках цифрового продвижения. Стоит отметить, что в сфере малого бизнеса и ИП цифровой маркетинг является самым популярным методом продвижения. Этому способствует много факторов, однако, главных из них, является финансовая доступность и возможность применения для любого вида бизнеса.

### **Библиографический список**

1. Александровский С.В., Казанькова Н.В. Инструменты digital-маркетинга в практике микро-, малого и среднего бизнеса // Маркетинг и маркетинговые исследования. - 2015. - № 3.

2. Вертайм Кент. Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий / Кент Вертайм, Ян Фенвик. - М.: Альпина Паблишер, Юрайт, 2018.

3. Гитомер Дж. Бизнес в социальных сетях. Как продавать, лидировать и побеждать / Дж. Гитомер. - М.: Питер, 2017.
4. Казнина О.В. Современные методы продвижения бренда: digital-брендинг // Бренд-менеджмент . - 2015. - №1.
5. Мендельсон Б. Социальные медиа - это бред. Откровения маркетолога / Б. Мендельсон. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018.
6. Потемкин А. Виртуальная экономика / Александр Потемкин. - М.: ИД "ПоРог", 2018
7. Статистические данные использования мобильных приложений в России. [Электронный ресурс]: URL: <https://qmobi.agency/blog/app-annie-2018-2019/> (дата обращения: 20.05.2019)
8. Сайт ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) [Электронный ресурс]: URL: <http://www.akarussia.ru/> (дата обращения: 20.05.2019)

*Оригинальность 72%*