

### 3. КОММУНИКАЦИИ DIGITAL-МАРКЕТИНГА

УДК 658.8

**Ж. П. Аникина**

*Институт бизнеса БГУ, Минск, Беларусь, 375293237640@mail.ru*

#### **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ**

*Рассмотрены основные направления использования современных технологий в маркетинговой деятельности компаний.*

*Ключевые слова: технологии, информационные технологии, информационные технологии в маркетинге*

**J. Anikina**

*School of Business of BSU, Minsk, Belarus, 375293237640@mail.ru*

#### **THE USE OF MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES IN MARKETING ACTIVITIES OF COMPANIES**

*The basic directions of use of modern information technologies in marketing activities of companies.*

*Keywords: technologies, information technologies, information technologies in marketing*

В условиях развивающегося рынка и множества конкурентов каждое предприятие вынуждено искать способы повысить свою конкурентоспособность. Одним из таких способов является использование информационных технологий.

Системы, составляющие информационные технологии в современном бизнесе, включают в себя ряд типов компьютеров, устройств хранения и сетевого оборудования, интернет-сервисы и облачные решения. Понятие «информационные технологии» включает в себя любой механический или цифровой метод, с помощью которого предприятие собирает, обрабатывает, получает или использует информацию. В этом контексте информация может означать письменный контент, документы, базы данных, электронные таблицы, электронные письма, аудио- или видеофайлы, цифровые формы, которые заполняются и отправляются через Интернет или локальную сеть, и многое другое.

На онлайн-ресурсе для предпринимателей *Business Vibes* в статье *The importance of information technology in business today* описывается, как информационные технологии способствуют инновациям в бизнесе. Результатом инноваций становятся более интеллектуальные приложения, улучшенное хранение данных, более быстрая обработка и более широкое распространение информации. Инновации делают бизнес более эффективным. А также инновации увеличивают ценность, улучшают качество продукции и повышают производительность [1].

Развитие информационных технологий оказало огромное влияние на развитие бизнеса в целом, ускорив его рост. Наиболее сильное влияние информационные системы оказывают на сферу маркетинга. Особенность информационных процессов в маркетинге заключается в том, что предприниматель получает возможность охватить как можно большее количество потенциальных покупателей с максимальной точностью.

Использование современных технологий на сегодня является необходимым минимумом для поддержания конкурентоспособности предприятия. Лидеры рынка инвестируют крупные суммы в эту сферу и активно пользуются результатами, понимая, что за этими разработками стоит будущее.

В современном мире существует огромное количество прогрессивных и действенных инструментов информационных технологий, в том числе специально созданных для предпринимателей [2].

*Системы управления маркетинговыми проектами.* Самые стратегически важные инструменты ИТ с позиции маркетинга – это инструменты, помогающие управлять маркетинговыми проектами и/или кампаниями.

*Сфера применения* таких инструментов – любые виды интернет-рекламы, мероприятия по продажам, иные публичные мероприятия. Также применяются при планировании контента для разных платформ, для информирования и согласования проектов с заинтересованными сторонами (руководством, продавцами), отслеживания упоминаний компании на различных ресурсах и т. д.

*Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM)* помогает предприятиям в коммуникациях с клиентами. Ультрасовременные CRM-системы содержат множество ценных функций, которые улучшают связи с клиентами. CRM играют важную роль в повышении качества обслуживания клиентов.

Программное решение CRM может помочь компании в вопросах организации продаж и обслуживания клиентов, если есть понимание, как использовать его полные возможности, чтобы извлечь из него максимальную выгоду.

Наиболее существенным преимуществом использования CRM является то, что все контакты – клиенты, потенциальные клиенты, иные контакты – могут быть на одной платформе. CRM – это универсальное хранилище для контактов, что позволяет автоматизировать продажи, разработать определенную стратегию.

С помощью службы *Microsoft Dynamics CRM* маркетологи могут планировать множество кампаний в одном месте. Новейшие CRM позволяют командам поддержки клиентов поддерживать связь с клиентами круглосуточно, если это необходимо, взаимодействуя с ними и отвечая на их запросы без особых задержек. Поскольку CRM хранит все данные клиента и детали его прошлых взаимодействий с компанией в одном месте, он предоставляет службе поддержки клиентов возможность быстро понять и решить проблему, с которой сталкивается клиент.

*Поисковая оптимизация (SEO).* Следующий популярный и современный инструмент ИТ – SEO (*Search Engine Optimization*). SEO – это аббревиатура, которая обозначает оптимизацию поисковой системы, т. е. процесс оптимизации сайта, чтобы получить прирост естественного неоплачиваемого трафика из поисковых систем.

SEO подразумевает внесение определенных изменений в дизайн и содержание сайта, которые сделают его более привлекательным для поисковой системы.

Поисковые системы стараются предоставить лучший сервис для своих пользователей. Это означает, что их цель заключается в выдаче страниц высокого качества, соответствующих тому, что ищет пользователь. Для этого поисковые системы сканируют и индексируют различные веб-сайты, чтобы собрать сведения о содержимом сайта. Как результат – предоставление более релевантных результатов по темам или ключевым словам.

Достаточно хорошо изучены факторы, влияющие на рейтинг страницы в результатах поиска. Эти факторы включают как внутренние, так и внешние параметры [3].

*1. Контент-маркетинг.* Контент будет эффективен как для привлечения поисковых систем, так и для помощи организации в установлении связи с посетителями сайта. Чем больше качественного и релевантного контента есть на сайте, тем выше вероятность того, что поисковые системы будут оценивать страницы выше в результатах поиска.

При создании контента следует учитывать ключевые слова и фразы *SEO*. Создавая контент с учетом ключевых слов и фраз, повышаются шансы на более высокий рейтинг на странице результатов поисковой системы.

Следующий фактор, который может повлиять на рейтинг в поисковых системах, – частота обновляемости контента. Этот фактор в основном относится к тому, как часто организация публикует новый контент на сайте.

*2. SEO внутри сайта.* Оптимизация сайта – это элементы сайта, выходящие за рамки контента, касающиеся *HTML*-сайта. Вот лишь некоторые из них.

Тег-заголовок на каждой странице сообщает поисковым системам, о чем страница. Это должно быть не более 70 символов, включая ключевое слово, которое описывает контент, и название компании.

Мета-описание – сообщает поисковым системам немного больше о том, о чем каждая страница. Это также используется посетителями, чтобы лучше понять, о чем эта страница и насколько она актуальна.

Подзаголовки. Они не только упрощают чтение контента для посетителей, но и помогают улучшить *SEO*. Можно использовать различные теги, чтобы помочь поисковым системам лучше понять содержание сайта.

Создание внутренних ссылок или гиперссылок на другой контент на сайте может помочь поисковым системам узнать больше о сайте.

При стратегическом размещении ключевых слов и фраз *SEO* на своих страницах важно избегать чрезмерной оптимизации. *Google* и другие поисковые системы будут штрафовать вашу страницу, если она будет пытаться использовать ключевые слова слишком много раз по всему содержанию.

Хотя контент сайта играет жизненно важную роль в рейтинге поисковых систем, важно также учитывать архитектуру сайта. Следует использовать дизайн веб-сайта, который облегчает поисковым системам сканирование страниц и контента.

Создание внутренних ссылок между страницами, создание карты сайта и размещение карты сайта в поисковых системах помогут улучшить просматриваемость сайта, дать поисковым системам лучшее понимание контента. Многие потребители ищут информацию и продукцию на своих мобильных устройствах. Нужно убедиться, что пользователи могут

просматривать, читать и перемещаться по веб-сайту со своего смартфона. Это не только влияет на пользовательский опыт, но также может повлиять на *SEO*.

*3. SEO вне сайта.* В дополнение к элементам *SEO* на странице, которые контролирует организация, существуют также факторы *SEO* вне страницы, способные повлиять на рейтинг.

*Доверие.* Доверие становится все более важным фактором в рейтинге сайта. Так, большинство поисковиков определяют, есть ли у компании официальный сайт, которому посетители могут доверять. Один из лучших способов повысить доверие – это создать качественные обратные ссылки с авторитетных сайтов.

*Ссылки.* Один из самых популярных способов создания *SEO* вне страницы – обратные ссылки. Здесь требуется осторожность, т. к. спам-сайты с ссылками – это повод заблокировать сайт в поисковых системах. Наилучшим решением является выстраивание отношений с лицами, которые создают качественный контент и будут ссылаться на сайт в своем собственном контенте.

*Социальная активность.* Следующим важным фактором *SEO* вне страницы являются социальная активность, такая как лайки и упоминания в сети. Чем более качественный контент публикуется на сайте, тем больше шансов заставить людей делиться этим контентом с другими.

*Таргетинг* – это способ размещения рекламы на основе демографии, предыдущей истории покупок или поведения. Многие виды целевой рекламы используются в Интернете, но рекламодатели используют и другие средства массовой информации. Примеры такой рекламы включают в себя выбор вида отображения и размещение рекламы на сайтах социальных сетей и других ресурсов. Реклама различается в зависимости от того, кто ее просматривает.

*Реклама в социальных сетях.* Многие социальные сети, такие как *Facebook*, размещают рекламу на боковой стороне страницы. На *Facebook* эти объявления меняются в зависимости от того, чем интересуются друзья пользователя. Многие объявления на *Facebook* имеют кнопку «Нравится». Если кто-либо нажмет кнопку, объявление может появиться на страницах его друзей в *Facebook* с пометкой внизу о том, что пользователю нравится реклама. Если достаточное количество друзей нажмет «Нравится», объявление может появиться в вашей основной ленте новостей на *Facebook*.

*Поисковая реклама.* Один из способов, с помощью которого поисковые системы используют таргетированные объявления, – это показ объявлений на основе истории просмотров. Например, если пользователь введет запрос «натяжные потолки» в поисковую систему, в верхней и правой части страницы появятся объявления о натяжных потолках и их установщиках. Предполагается, что пользователи поисковых систем нажимают на эти целевые онлайн-объявления до 10 % времени.

*Поведенческая реклама.* Некоторые сайты ориентированы на рекламу в зависимости от покупок и привычек пользователя. Например, если пользователь ищет информацию о новых автомобилях в поисковой системе или на веб-сайте или покупает новое платье в Интернете, он может увидеть рекламу автомобилей и платьев, появляющуюся на других просматриваемых сайтах, например на новостных сайтах.

Таким образом, информационные технологии имеют большое значение для функционирования организации, помогая успешно выполнять множество функций, а иногда и полностью автоматизируя какие-либо процессы.

Информационные технологии являются одной из самых перспективных для инвестиций сфер, а их роль во всех аспектах современного бизнеса с каждым годом становится все больше.

### Список использованных источников

1. The importance of information technology in business today [Electronic resource] / Business Vibes. – Mode of access: <https://www.business2community.com/tech-gadgets/importance-information-technology-business-today-01393380>. – Date of access: 10.02.2020.

2. Информационные технологии в маркетинге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studme.org/33770/informatika/sovremennye\\_napravleniya\\_razvitiya\\_informatsionnyh\\_tehnologiy\\_marketinge](https://studme.org/33770/informatika/sovremennye_napravleniya_razvitiya_informatsionnyh_tehnologiy_marketinge). – Дата доступа: 09.02.2020.

3. 40 лучших инструментов для отдела маркетинга [Электронный ресурс] / Wrike. – Режим доступа: <https://www.wrike.com/ru/blog/40-luchshih-instrumentov-dlya-povysheniya-produktivnosti-otdela-marketinga/>. – Дата доступа: 02.03.2020.

УДК 339.198

**H. Vashchyla<sup>1</sup>, D. Marushka<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> School of Business of BSU, Minsk, Belarus, [vashchylahanna@gmail.com](mailto:vashchylahanna@gmail.com)

<sup>2</sup> Belarus State Economic University, Minsk, Belarus, [dam@tut.by](mailto:dam@tut.by)

### TRENDS IN INTERNET MARKETING

*Internet marketing is an area in which many new technologies are constantly appearing, designed to satisfy the requirements of users as much as possible. The key trends of digital marketing are analyzed in this article.*

**Keywords:** *Internet marketing, voice search, chat bots, artificial intelligence, machine learning, personification, video marketing*

**A. A. Ващилю<sup>1</sup>, Д. А. Марушко<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Институт бизнеса БГУ, Минск, Беларусь, [vashchylahanna@gmail.com](mailto:vashchylahanna@gmail.com)

<sup>2</sup> Белорусский государственный экономический университет, Минск, Беларусь, [dam@tut.by](mailto:dam@tut.by)

### ТРЕНДЫ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

*Интернет-маркетинг – это область, в которой постоянно появляются новые технологии, призванные максимально удовлетворить требования пользователей. В данной статье анализируются ключевые тенденции цифрового маркетинга.*

**Ключевые слова:** *интернет-маркетинг, голосовой поиск, чат-боты, искусственный интеллект, машинное обучение, персонификация, видеомаркетинг*

Since the Internet is a powerful tool for improving return on investment, companies should not ignore investment in Internet marketing. In 2020, about 30 % of all actions on the Internet will be carried out without the help of hands, and 50 % of search queries will be carried out using voice