

## **ВНЕДРЕНИЕ ЦИФРОВЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ИННОВАЦИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОАО «ГОМЕЛЬСКИЙ ЛИКЕРО-ВОДОЧНЫЙ ЗАВОД «РАДАМИР»**

**А. С. Потапенко**

*студентка, Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий, г. Могилев, Беларусь, potapenko.anastasiya10@gmail.com*

**Научный руководитель: Ю. Е. Климова**

*старший преподаватель, Белорусский государственный университет пищевых и химических технологий, г. Могилев, Беларусь, klimushka\_2410@mail.ru*

В статье рассматриваются возможности внедрения цифровых маркетинговых инноваций в деятельность ОАО «Гомельский ликеро-водочный завод «Радамир». Анализируются современные методы цифрового маркетинга, такие как SEO и SMM. Основной целью данного исследования является анализ возможности внедрения цифровых маркетинговых инноваций в деятельность ОАО «Гомельский ликеро-водочный завод «Радамир» для повышения его рыночной эффективности.

**Ключевые слова:** цифровой маркетинг; инновации; SMM; SEO.

## **THE INTRODUCTION OF DIGITAL MARKETING INNOVATIONS IN THE ACTIVITIES OF JSC «GOMEL DISTILLERY «RADAMIR»**

**A. S. Potapenko**

*student, Belarusian State University of Food and Chemical Technologies, Mogilev, Belarus, potapenko.anastasiya10@gmail.com*

**Supervisor: Y. E. Klimova**

*senior lecturer, Belarusian State University of Food and Chemical Technologies, Mogilev, Belarus, klimushka\_2410@mail.ru*

The article discusses the possibilities of introducing digital marketing innovations into the activities of JSC «Gomel Distillery «Radamir»». Modern digital marketing methods such as SEO and SMM are analyzed. The main purpose of this study is to analyze the possibility of introducing digital marketing innovations into the activities of JSC «Gomel Distillery «Radamir»» to increase its market efficiency.

**Keywords:** digital marketing; innovation; SMM; SEO.

Современные условия глобализации и цифровой трансформации вносят существенные изменения в маркетинговую стратегию предприятий. Одним из ключевых аспектов успешного ведения бизнеса является внедрение цифровых маркетинговых инноваций. Это касается и алкогольной промышленности, где конкуренция требует поиска новых путей взаимодействия с потребителями. ОАО «Гомельский ликеро-водочный завод «Радамир» имеет богатую историю производства алкоголя, однако для поддержания конкурентоспособности в условиях цифровой экономики необходимо интегрировать новые инструменты маркетинга.

Цифровой маркетинг – в узком смысле совокупность цифровых инструментов, которые используются для продвижения бренда или товара. В широком контексте под инструментами цифрового маркетинга понимают также телевидение, маркетинг в социальных сетях, e-mail маркетинг и другие виды интернет-маркетинга, мобильный маркетинг и многое другое [1]. Инновации в этой области включают автоматизацию маркетинга, работу с большими данными, использование контент-маркетинга, SEO и SMM-стратегий, а также внедрение блокчейн-технологий и искусственного интеллекта.

На сегодняшний день маркетинговая стратегия ОАО «Гомельский ликеро-водочный завод «Радамир» в основном ориентирована на традиционные каналы продвижения, такие как печатная реклама и спонсорство мероприятий. Однако в условиях цифровой трансформации рынка такие методы становятся менее эффективными, поскольку доля потребителей, активно использующих интернет и социальные сети, значительно увеличивается. Этот сдвиг требует пересмотра подходов к маркетингу и адаптации к цифровой среде для привлечения новой аудитории и удержания существующих клиентов.

Одной из ключевых инноваций для предприятия может стать внедрение маркетинга в социальных сетях (SMM). На основании анализа поведения целевой аудитории, было выявлено, что большая часть потенциальных клиентов завода активно использует такие платформы, как Instagram, Facebook и ВКонтакте. Это открывает широкие возможности для брендинга, увеличения узнаваемости и непосредственного взаимодействия с потребителями [2].

Предлагается комплексная стратегия SMM, включающая в себя следующие ключевые элементы:

**1. Создание увлекательного контента:** Разработка регулярного контент-плана, охватывающего разнообразные форматы: текстовые публикации, интерактивные истории (stories). Создание контента, отражающего ценности бренда и отвечающего интересам целевой аудитории.

**2. Повышение вовлеченности аудитории:** Проведение интересных онлайн-конкурсов, акций и розыгрышей с привлекательными призами. Активное взаимодействие с комментариями и отзывами пользователей.

**3. Сотрудничество с инфлюенсерами:** Партнерство с уважаемыми местными и международными инфлюенсерами, чьи аудитории соответствуют целевой аудитории бренда. Создание совместных кампаний по продвижению продукции и услуг.

Для ОАО «Гомельский ликеро-водочный завод «Радамир» это может выражаться в публикации статей, которые рассказывают о процессе производства продукции, уникальных рецептурах, истории бренда. Также можно создавать мультимедийный контент, такой как видеоролики о процессе дистилляции, демонстрирующие особенности продукции. Подобные материалы помогут вовлечь аудиторию и усилить ее интерес к бренду.

В результате реализации данной стратегии ожидается значительное увеличение взаимодействия с аудиторией, что проявится в росте количества лайков, комментариев и репостов. Одновременно с этим будет достигнуто расширение охвата: к бренду присоединятся новые пользователи, а количество людей, знакомых с ним, увеличится. В целом, реализация стратегии приведет к укреплению имиджа предприятия, что проявится в восприятии бренда как современного, открытого и заботливого о своих клиентах.

Еще одним фактором успеха для любого предприятия в области цифрового маркетинга является SEO-продвижение [3]. ОАО «Гомельский ликеро-водочный завод «Радамир» не является исключением. Для повышения узнаваемости бренда и привлечения новых клиентов необходимо уделить особое внимание оптимизации сайта под поисковые запросы (SEO).

Оптимизация сайта ОАО «Гомельский ликеро-водочный завод «Радамир» под поисковые запросы (SEO) позволит повысить его видимость в поисковых системах и увеличить органический трафик, что приведет к росту посещаемости сайта и увеличению числа потенциальных клиентов.

Для достижения данной стратегии предлагается комплексный подход к SEO-оптимизации сайта:

1. Анализ ключевых слов. Проведение глубокого исследования ключевых слов, релевантных для целевой аудитории завода, позволит определить наиболее популярные поисковые запросы, по которым потенциальные клиенты ищут информацию о продукции и услугах завода.

2. Оптимизация сайта. Улучшение структуры сайта, сделав его более удобным для пользователей, а также увеличение скорости загрузки, позволит повысить позиции сайта в поисковой выдаче и увеличить количество органического трафика.

3. Создание SEO-ориентированного контента. Разработка регулярного контент-плана, включающего публикацию качественных статей, оптимизированных под ключевые слова, позволит привлечь внимание поисковых систем и увеличить количество посетителей сайта из органического поиска.

В результате реализации данных мер ожидается увеличение органического трафика на сайт, что приведет к росту числа клиентов, пришедших через поиск. Это позволит заводу увеличить свою видимость в онлайн-пространстве и привлечь новых покупателей.

Внедрение цифровых маркетинговых инноваций, таких как SMM и SEO, является необходимым шагом для успешного для успешного развития ОАО «Гомельский ликеро-водочный завод «Радамир». Комплексная стратегия, охватывающая как создание увлекательного контента и вовлечение аудитории в социальных сетях, так и оптимизацию сайта под поисковые запросы, позволит предприятию увеличить свою видимость в онлайн-пространстве, привлечь новых клиентов и укрепить свой имидж. В результате завод сможет выйти на новый уровень развития и достичь успеха в современном конкурентном рынке.

#### **Библиографические ссылки**

1. Digital-marketing: Глоссарий Интернет-маркетинга [Электронный ресурс]. URL: [https://www.glossary-internet.ru/terms/D/digital\\_marketing/](https://www.glossary-internet.ru/terms/D/digital_marketing/) (дата обращения: 14.09.2024).

2. Что такое Digital-маркетинг? Инструменты маркетинга, каналы и направления Digital-маркетинга в Интернете [Электронный ресурс]. URL: <https://www.obrazstroy.ru/blog/chto-takoedigital-marketing/> (дата обращения: 14.09.2024).

3. Сак А. В., Журавлев В. А. Оптимизация маркетинговых решений : учеб. пособие. Минск : Изд-во Гревцова, 2010. 304 с.