

УДК 339.138

Трунов М.А.

студент

Научный руководитель: Белова Н.Н., к.э.н., доц.

Воронежский государственный университет

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА

Аннотация: в статье рассмотрены основные цифровые инструменты и их влияние на стратегии маркетинга. Также автор представил преимущества использования и развития в маркетинговой деятельности искусственного интеллекта и поисковой оптимизации.

Ключевые слова: цифровые инструменты, стратегии маркетинга, технологические инновации, искусственный интеллект, персонализация, SEO.

Trunov M.A.

student

Scientific supervisor: Belova N.N., Ph.D of Economic Sciences, Assoc. Prof.

Voronezh State University

THE IMPACT OF DIGITAL TECHNOLOGIES ON MODERN MARKETING STRATEGIES

Abstract: the article discusses the main digital tools and their impact on marketing strategies. The author also presented the advantages of using and developing artificial intelligence and search engine optimization in marketing activities.

Keywords: digital tools, marketing strategies, technological innovations, artificial intelligence, personalization, SEO.

Происходящие в современной реалии цифровые трансформации затрагивают каждую сферу общественной жизни, влекущие за собой изменения способов взаимодействия с окружающими. Данный процесс заставляет разрабатывать и внедрять технологические инновации, а также приводит к фундаментальным модернизациям всех сфер деятельности, в том числе и в маркетинге. Цифровизация поспособствовала внедрению в маркетинг новых технологий, а также привела к кардинальному изменению подходов к ведению бизнеса и взаимодействию с потребителями.

Современным маркетологам приходится оптимально быстро приспосабливаться к условиям цифровизации общества и экономики, ставя перед собой задачу обеспечения своевременной адаптации маркетинговой стратегии. Для успешного развития маркетинговой деятельности в современном мире на практике активно используются подходы анализирования данных, автоматизирования и персонализации информационных потоков. Все это требует постоянного совершенствования навыков и обновления знаний, быстрой адаптации к новациям и разработки инновационных решений по повышению эффективности взаимодействия с потребителями и заинтересованными лицами.¹

Большинство современных компаний в рамках своей деятельности все более активно используют цифровые технологии в маркетинговых коммуникациях, имеющие выраженный интегрированный характер. В рамках данной стратегии процесс управления маркетинговыми коммуникациями имеет более выраженный и определенный характер, при котором планирование и организация деятельности по продвижению товаров, работ и услуг компании характеризуется более высокими стратегическими показателями взаимодействия с потенциальными

¹ Йанабаев, П. Влияние цифровых технологий на современные стратегии маркетинга / П. Йанабаев, С. Аннадурдыева, С. Аннамередов // Вестник науки. – 2024. – №10 (79). – Том 3. – С. 136-140. (дата публикации: __.10.2024).

потребителями и пользователями товаров, работ и услуг на продолжительном временном интервале.

Цифровые технологии оказывают значительное влияние на современные стратегии маркетинга (рис. 1).



Рис. 1. Влияние цифровых технологий на современные стратегии маркетинга

Кроме того, также популярными в маркетинге являются такие цифровые инструменты как поисковая оптимизация (SEO), позволяющая в поисковых системах улучшить видимость сайта компании с размещенными товарами и услугами. Причем также можно отследить эффективность SEO-стратегий, что немаловажно в современное время.

Также наблюдается активное развитие использования в маркетинге искусственного интеллекта, которое планируется развивать дальше. Применение такого инструмента позволяет компаниям обрабатывать большие объемы информации, создавать контент, анализировать данные и проводить оптимизацию рекламы.

Таким образом, успешное внедрение цифровых технологий в маркетинговые стратегии возможно с обязательным учетом условий выполнения аналитических процедур информации, ее защитой и непрерывной адаптацией к изменяющимся трендовым технологиям. Активное развитие и широкий охват сфер деятельности цифровыми технологиями заставляет маркетологов разрабатывать и использовать в своих стратегиях новые возможности взаимодействия с заинтересованными лицами. Успешная адаптация организаций к условиям цифровизации и эффективное использование ими современных инструментов маркетинга принесет им значительных успех на рынке.

Использованные источники:

1. Андреев, М. В. Цифровые технологии в маркетинге // Молодой ученый. - 2021. - № 16 (358). - С. 204-207. (дата публикации: 13.04.2021).
2. Белова, Н. Н., Гончарова И. В. Трансформация стратегии маркетинга на основе применения технологий искусственного интеллекта // Современная экономика: проблемы и решения. - 2024. - Том 6. - С. 120-132. (дата публикации: 14.05.2024).
3. Белова, Н. Н. Современные информационные технологии в сфере аналитики и продвижения // Современная экономика: проблемы и решения. - 2021. - Том 3. - С. 69-78. (дата публикации: 30.03.2021).
4. Токарев, Б. Е. Маркетинг инновационно-технологических стартапов: от технологии до коммерческого результата / Б.Е. Токарев. - Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2020. - 264 с.

5. Йанабаев, П., С. Аннадурдыева, С. Аннамередов Влияние цифровых технологий на современные стратегии маркетинга // Вестник науки. - 2024. - №10 (79). - Том 3. - С. 136-140. (дата публикации: __.10.2024).