

РОЛЬ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОДВИЖЕНИИ БРЕНДА

Кириленко А.П.(Университет ИТМО).

Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент, Торосян Е.К.
(Университет ИТМО)

Введение. При создании бизнеса, все больше компаний делают акцент не только на продвигаемом товаре или услуге, но и на самой компании, таким образом создавая бренд. Создание бренда компании – один из важнейших факторов успешного продвижения на рынок, ведь потребителю необходимо понять, что компании можно доверять.

С полномасштабным развитием интернет-технологий вся наша жизнь, в том числе маркетинг и реклама переходят в цифровой формат. Большинство компаний, особенно малый и средний бизнес, пользуются только цифровой рекламой, вкладывая в нее бюджет, благодаря этому продвигая свой продукт на рынке.

Основная часть. Цифровые технологии задают тренды развития и укрепления компаний на рынке. Сегодня, при выводе товара на рынок, зачастую, недостаточно просто хорошей рекламной кампании и определения целевой аудитории, необходимо также формирование узнаваемого бренда. Бренд представляет собой набор атрибутов и ассоциаций, которые позволяют потребителям его идентифицировать и формируют у них предпочтение к покупке [1]. Бренд – это то, что у потребителя в голове.

Продвижение бренда, что бы то ни было – продукт, услуга или само лицо фирмы, – играет немаловажную роль в вопросах формирования авторитета компании. Продвижение бренда на рынке – это комплекс мероприятий, которые направлены на узнаваемость бренда, поиск целевой аудитории и раскрутку торговой марки, которая в выгодном свете покажет значимость бренда и преимущества перед конкурентами [2].

Одним из важнейших инструментов продвижения бренда на рынок является реклама. Реклама телевидения, радио, офлайн на сегодняшний день теряет свою популярность, ее роль занимает реклама в интернете. Интернет реклама является наиболее популярным способом продвижения, об этом говорится в отчете Ассоциации коммуникационных агентств России [3];

Одним из самых больших изменений в человеческом взаимодействии является недавнее распространение социальных сетей. Быстрый рост веб-платформ, которые облегчают социальное поведение в Интернете, значительно изменил характер человеческой деятельности, среды и взаимодействия. «Сегодня в нашей стране насчитывается около 130 миллионов интернет-пользователей от мала до велика – это практически 90% населения.» — Заместитель Председателя Правительства России [4].

Сегодня в интернете потребитель делает практически все – покупает товары, заказывает услуги, общается с другими людьми и просто развлекается. Вследствие этого продвижение в интернете является наиболее эффективным способом. С каждым годом интернет-реклама все активнее укрепляет свои позиции, кризис COVID-19 в 2020 году только поспособствовал укреплению и развитию digital-сферы.

Цифровые технологии заполнили собой мир и тяжело отрицать их важность и популярность в сегодняшнее время. Большая часть компаний продвигает свой бренд, используя цифровые технологии и в дальнейшем их популярность будет только расти.

Выводы. Существует множество методов и инструментов, позволяющих провести рекламную кампанию, каждый из них выполняет свою функцию и подходит для определённых задач. Для того, чтобы понять, какой из инструментов нужен для продвижения бренда,

необходимо поставить цель и уже от нее отталкиваться. В данной работе была определена роль цифровых технологий в продвижении бренда.

Список использованных источников:

1. Экспоцентр // Способы продвижения бренда на рынок [Электронный источник] – 2017. – URL: <https://www.expoctr.ru/ru/articles-of-exhibitions/2016/sposoby-prodvizheniya-brenda-na-rynke/>
2. Молотокрус // Все способы продвижения [Электронный источник] – 2021. – URL: <https://molotokrus.ru/vse-sposoby-prodvizheniya-brenda/>
3. АКАР // Объем рекламы в средствах ее распространения в 2020 году [Электронный источник] – 2020. – URL: https://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id9555
4. Правительство России // Медиафера. Интернет [Электронный источник] – 2022. – URL: <http://government.ru/news/46639/>

Кириленко А.П. (автор)

Подпись

Торосян Е.К. (научный руководитель)

Подпись