

## РАЗВИТИЕ БРЕНДОВ В DIGITAL-СРЕДЕ НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ ОТКРЫТОГО МАРКЕТИНГА

Кайгородова А.Д. (Университет ИТМО)

Научный руководитель – доцент, кандидат экономических наук, Соловьева Д. В.  
(Университет ИТМО)

**Введение.** Эффективное продвижение бренда уже невозможно представить без присутствия его в медиа пространстве. Быстро меняющиеся социальные сети и активное развитие digital-маркетинга привело к тому, что компании для увеличения своей доли на рынке и формирования лояльности целевой аудитории должны использовать новые методы и подходы к развитию своих брендов в digital-среде. Одним из таких инструментов является концепция открытого маркетинга, позволяющая брендам установить более тесный контакт со своими потребителями. В эпоху прозрачности бизнеса и развития концепции маркетинга 4.0 использование инструментов открытого маркетинга может стать основой построения эффективного бренда, учитывающей запросы и требования современного потребителя.

**Основная часть.** Благодаря использованию концепции открытого маркетинга бренд может выйти на новые отношения со своей аудиторией и завоевать внимание новых, ранее не затронутых сегментов рынка. Продвижение бренда онлайн и офлайн имеют значительную разницу. Digital-среда не терпит утаивания и скрытия фактов, учитывая доступность нахождения любой информации о деятельности компаний. Ввиду этого бренд должен помнить основные правила ведения маркетинговой деятельности в интернете.

Инструменты продвижения бренда на основе концепции открытого маркетинга в интернете:

- 1) Вклад в сайт компании и его страниц в социальных сетях. Это главные площадки передачи позиционирования бренда, его истории, ценностей и миссии. Понятный, простой интерфейс, запоминающийся дизайн, максимум информации о себе, несколько способов обратной связи.
- 2) Использование инструментов поискового продвижения.
- 3) Кросс-маркетинг или коллаборации с другими брендами один из самых эффективных способов продвижения бренда.
- 4) Открытость подразумевает постоянное развитие своего бренда, поэтому очень важно помнить, что несмотря на использования всех маркетинговых инструментов, нельзя забывать про самое главное – это высокое качество своего продукта и/или услуги, без этого никакие инструменты продвижения не будут работать.
- 5) Также приверженность бренду можно получить в открытом контакте со своей аудиторией, рассказывая ей как происходит процесс производства, как работают сотрудники, кто стоит за продуктом или услугой, обмениваясь честной обратной связью.

**Выводы.** Проведен анализ современных инструментов развития брендов на основе концепции открытого маркетинга в digital-среде. Разработана стратегия продвижения бренда в социальных сетях и показатели ее эффективности.

### Список использованных источников:

1. Маркетинг 4.0. Разворот от традиционного к цифровому: технологии продвижения в интернете / Филип Котлер, Хермаван Картаджайя, Айвен Сетиаван ; [перевод с английского М. Хорошиловой]. — Москва : Эксмо, 2019. — С. 224.
2. Тарабрина А.А. Разработка алгоритма формирования стратегии продвижения компании на виртуальном рынке // Неделя науки СПбПУ: материалы научной конференции с

международным участием. Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли. Часть 3. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2016. — С. 306–309.

3. Узакбаева, Р. Б. Особенности интернет-продвижения товара и бренда / Р. Б. Узакбаева // . – 2021. – № 5(65). – С. 21–25.