

Введение. Спорт претерпевает значительные изменения за счет внедрения цифровых технологий, что приводит к развитию новых инновационных направлений, одним из которых стал фиджитал спорт. Данный вид спорта представляет собой сочетание соревновательной деятельности в физических и цифровых средах. Продвижение продуктов в этой новой сфере требует специфических методов и инструментов, которые будут соответствовать уникальным особенностям данного вида спорта. В исследовании была проведена типизация продуктов в фиджитал спорте и предложены рекомендации по методам и инструментам продвижения в зависимости от типа продукта.

Основная часть. В рамках работы над статьей было выделено три основных типа продуктов в фиджитал спорте: продукты, связанные с анализом спортивных данных и состязаний (трекеры, статистические приложения); мультимедийные платформы для просмотра спортивных событий (стриминговые сервисы, VR-трансляции); социальные платформы для спортивного сообщества (спортивно-ориентированные социальные сети, игровые платформы). Для каждого из этих типов продуктов важно подобрать соответствующие методы и инструменты продвижения. Продвижение специализированных приложений для анализа данных в области здоровья и спорта требует акцента на индивидуальный подход. В качестве ключевого метода здесь может быть использован контент-маркетинг, адаптированный под особенности данного продукта. Это включает в себя разработку специализированных обзоров, наглядных кейсов и обучающих материалов на базе данных приложения. Важной составляющей является также создание видеуроков, позволяющих пользователю наглядно увидеть применение приложения в реальных условиях. Целесообразно использование тактик инфлюенс-маркетинга и партнерских отношений с известными спортивными фигурами для увеличения присутствия и доверия к приложению в спортивной среде. В качестве инструментов продвижения мультимедийных платформ для просмотра событий были выбраны социальные сети, в которых упор сделан на интерактив, качество трансляции и уникальность контента. В рамках мультимедийных платформ для просмотра спортивных событий наиболее эффективными методами являются продвижение через спонсорство и партнерство со спортивными организациями, а также создание живого контента. В случае социальных платформ, ключевое внимание следует уделять формированию и поддержанию активной и вовлеченной спортивной части сообщества. В качестве методов могут быть выбраны интервью со спортсменами, эксклюзивные трансляции. Инструменты могут включать социальные сети, рекламные площадки, паблик рилейшнз. Социальные платформы для спортивного сообщества могут активно использовать взаимодействие пользователей друг с другом. Таргетированная реклама, акции и конкурсы, геймификация, стимулирование активности и благодарность за участие — вот основные направления работ. Как инструменты здесь также активно могут использоваться блоги и форумы.

Выводы. Таким образом, продвижение продуктов в фиджитал спорте требует учета специфики каждого типа продукта и использования соответствующих методов и инструментов. Основные рекомендации заключаются в необходимости глубокого понимания целевой аудитории, акцентирования на уникальных преимуществах продукта, эффективного использования социальных сетей и фокуса на участников спортивного сообщества. Продвижение продуктов в области фиджитал спорта требует учета специфики каждого конкретного типа продукта. Ключевые методы и инструменты включают партнерства, контент-маркетинг, таргетированную рекламу, активности в социальных сетях и не только. Успешное продвижение способствует привлечению новой аудитории, увеличению вовлеченности существующих пользователей и развитию спорта в целом. Данное исследование задает основу развития маркетинговой части фиджитал спорта и требует

дальнейшей конкретизации и непрерывного обновления практики продвижения продуктов в этой сфере.

Список использованных источников:

1. Леднев В.А., Солнцев И.В. Предпринимательство в индустрии спорта: направления, инновации и формы поддержки // Стратегические решения и риск менеджмент — 2021. — № 12 (3). — С. 252–261.
2. Леонов С.В., Поликанова И.С., Булаева Н.И., Клименко В.А. Особенности использования виртуальной реальности в спортивной практике // Национальный психологический журнал — 2020. — № 4(36). — С. 18-30.
3. Мануйленко Н.А., Кривсун С.Н., Развитие фиджитал-спорта в России. // Физическая культура, спорт и туризм в высшем образовании. — 2023. — № 7(108). — С. 361-365.
4. Ефремова Т.А., Михайлов Б.А., Новожилова К.М., Фиджитал игры – на стыке классического и цифрового спорта. // Студенческий спорт в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции. — 2023. — № 7(108). — С. 299-302.
5. Новоселов М.А., Актуальные вопросы развития фиджитал спорта. // Компьютерный спорт (киберспорт): проблемы и перспективы развития: материалы Всероссийской научно-практической конференции — 2022. — № 7(108). — С. 119-122.