

*М.С. Микава, А.В. Булавина, 3 курс  
Научный руководитель – Ю.А. Рыбалко, к.э.н., доцент  
Полесский государственный университет*

Существующие инновации и тенденции digital-маркетинга постепенно изменяют видение онлайн-коммерции. Технологии объединили представителей разных культур, стран и экономик за счет простоты и удобстваобщения, а также скорости взаимодействия. Доступность обмена данными и информацией позволила улучшить качество осведомления о продукте и облегчила продвижение услуги на глобальном рынке.

Фирмам нельзя игнорировать такой мощный инструмент повышения рентабельности инвестиций, как digital-маркетинг, и увеличивать объемы затрат на него. Вложения в интернет-маркетинг стали неотъемлемым элементом расходов компаний и обычно составляют около 10% от доходов.

По данным eMarketer, мировые расходы на цифровую рекламу к 2021 году превысят 375 миллиардов долларов. В 2016 году эта цифра едва превышала 190 миллиардов [1].

Из трендов интернет-маркетинга можно выделить следующие направления: чат-боты, расширение искусственного интеллекта, таргетированная реклама, персонализация рекламы, честная реклама, толерантная реклама.

Чат-бот – это инструмент неличного общения организации с потенциальными потребителями, представляющий собой программу-собеседника, ведущего диалог в мессенджерах, на сайтах или на других платформах. Чат-боты предоставляют возможность организациям рассылать информацию, собирать данные и отзывы посетителей сайтов, telegram-каналов, VK-сообществ, отслеживать заказы, обрабатывать денежные транзакции и прочие многочисленные функции.

Основными преимуществами чат-ботов являются увеличение объема продаж, помощь в сокращении расходов, круглосуточная работа, более высокая скорость взаимодействия с клиентами, чем у человека, автоматизированный сбор данных и удобство для клиентов [2].

Искусственный интеллект – это технология, которая автоматизирует задачу, ранее выполненную человеком.

Современный ИИ использует комбинацию различных функций, таких как чат-боты и голосовая помощь, чтобы быстро находить ответы пользователя. Искусственный интеллект способен действовать от лица человека и делает это, используя сенсоры и человеческую логику для анализа фактов о ситуации, а также может собирать и хранить данные поиска для улучшения будущего опыта пользователя.

Таргетированная реклама является недавно появившимся инструментом продвижения в сети Internet, позволяющим выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям, так называемую целевую аудиторию, и показать рекламу именно ей.

Таргетированные рекламные объявления и бренды, в большинстве случаев, обладают уместными слоганами и не будут игнорироваться в 51% случаев, а также повысят узнаваемость бренда.

Персонализация – это составление индивидуального сообщения для пользователя или узкого сегмента, основанное на его поведении на сайте и в целом в интернете [3].

Индивидуальный подход важен для любой организации, т.к. каждый клиент реагирует только на те товары и услуги, которые ему интересны и разочаровывается, если бренд не учитывает его запросы.

На данный момент каждый потребитель сталкивался с тем или иным проявлением мошенничества в увиденной рекламе. Это стало ключевым фактором уменьшения лояльности к брендам

и к их продукции. Люди стали тщательнее выбирать и проверять информацию о товарах и услугах. Это привело к тому, что реклама стала прозрачнее и проще в подаче характеристик и параметров продукции, а это, в свою очередь, стало причиной появления рекламы, которую можно назвать честной.

Нынешними трендами общества являются принятие себя, других людей, их особенностей и недостатков. Большое развитие получает толерантная реклама, которая направлена на привлечение людей, посредством показа других с различными фигурами, цветами и состояниями кожи, разного возраста и другими отличительными чертами. Благодаря такому методу бренды пытаются привлечь внимание к общественной проблеме буллинга и неприятия людей, не соответствующих стандартам красоты, а также получить за счет этого прибыль.

Таким образом, мы можем выделить несколько тенденций и инноваций в интернет-маркетинге: чат-боты, распространение искусственного интеллекта, таргетированная реклама, персонализация рекламы, честная реклама, толерантная реклама. Данные методы и способы продвижения могут повысить лояльность к организации и увеличить её прибыль, а также позволяют усовершенствовать маркетинговые коммуникации с потребителями и оставаться современными и конкурентоспособными на рынке.

### **Список использованных источников**

1. Инновации и тренды Интернет-маркетинга 2020 года [Электронный ресурс].– Режим доступа:<https://sdvv.ru/>.–Дата доступа:24.03.2021.
2. Возможности чат-ботов [Электронный ресурс].– Режим доступа:<https://www.carrotquest.io/>.–Дата доступа:24.03.2021.
3. Информация о клиентах в автоматизированном маркетинге [Электронный ресурс].– Режим доступа: <https://www.carrotquest.io/>.–Дата доступа:24.03.2021.