

МОБИЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ЭЛЕМЕНТ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Шиманская Анастасия Александровна, студент,

Дегтярева Инна Ивановна, магистр э.н.

Полесский государственный университет

Shimanskaya Anastasia Alexandrovna, nastya.shamanka@mail.ru

Degtyareva Inna Ivanovna, Master of Economics

Polessky State University

Аннотация. В статье рассмотрена сущность мобильного маркетинга и позиционирование его как одного из элементов инновационных технологий в сфере маркетинга в отношении рекламной деятельности. Представлены отличительные черты и основные преимущества данного направления, а также изучены основные показатели мобильного маркетинга в Республике Беларусь.

Ключевые слова: реклама, инновации, мобильный маркетинг, Интернет.

В настоящее время, для сохранения своей конкурентноспособности, предприятия все больше прибегают к инновационной деятельности. Необходимо создавать те товары и услуги, способные привлечь внимание потребителей вопреки уже существующим аналогам на рынке. Вдобавок ко всему, производимый товар должен соответствовать смене потребительских ожиданий и запросов, иначе говоря, трендам. Инновационная деятельность подразумевает изменения не только в самой продукции или услуге, но и в работе организации, включая и отдел маркетинга. За счет использования маркетинговых инноваций происходят реализация новых методов продвижения товара, изменения в дизайне и упаковке продукции, а также введения новых каналов распределения. Все проводимые мероприятия обеспечивают общий рост объемов продаж.

Инновационный маркетинг – это деятельность на рынке нововведений, направленная на формирование или выявление спроса с целью максимального удовлетворения запросов и потребностей, что базируется на использовании новых идей относительно товаров, услуг и технологий, которые наилучшим образом содействуют достижению целей предприятия и отдельных исполнителей. Инновационный маркетинг может рассматриваться в различных аспектах [1].

С развитием информационных технологий стал набирать обороты такой комплекс мероприятий, как мобильный маркетинг.

Мобильный маркетинг – это вся рекламная деятельность, использующая каналы цифрового маркетинга для привлечения потребителей через мобильные устройства.

Мобильный маркетинг работает посредством использования следующих компонентов:

- Мобильные приложения;
- SMS – рассылки;
- Push – уведомления;
- Гео-маркетинг;
- QR-коды;
- Маркетинг в социальных сетях;
- Голосовой маркетинг;
- Мобильный поиск;
- Внутриигровая реклама;

Широкий спектр использования мобильного маркетинга позволяет предприятиям добиться успешного продвижения товара или услуги посредством большого охвата целевой аудитории.

Основным преимуществом мобильного маркетинга выступает **актуальность рекламной деятельности.**

Рассмотрим динамику изменения количества абонентов сети Интернет в Республике Беларусь (Рис. 1).



Рисунок 1. – Количество абонентов сети Интернет на 100 человек населения

Примечание – Источник: разработка автора на основе [3]

Очевидным является факт стремительного внедрения сети Интернет в повседневную жизнь потребителя, исходя из увеличения количества абонентов за период с 2013 по 2020 гг. на 41%.

Смартфон является распространенным средством выхода в Интернет и получения необходимой информации. Рассмотрим интернет-аудиторию Республики Беларусь на начало 2021 года (Рис. 2).



Рисунок 2. – Интернет-аудитория Республики Беларусь (млн. чел)

Примечание – Источник: разработка автора на основе [4]

Выводом служит становление смартфонов устройством ежедневного пользования.

Следующим преимуществом использования мобильного маркетинга является **достижимость**. Согласно опросам, 26% респондентов среди пользователей смартфонами отправляются после пробуждения в ванну, в то время как 50% первым делом проверяют свой смартфон. Среднестатистический пользователь социальных сетей сейчас проводит в социальных сетях 2 часа 25 минут каждый день. В среднем человек проводит в интернете почти 7 часов в день.

Также следует отметить такое преимущество, как **мгновенное действие**. Удобство поддержки связи с клиентом через email, или push-уведомления является более эффективным в сравнении с обычными звонками.

По мере возникновения интернет-магазинов, все больше людей приобретают товары или услуги через смартфон. Поэтому можно выделить **удобство покупки** как преимущество мобильного маркетинга.

Мобильный телефон – очень персональный девайс. Согласно исследованиям, 91% взрослых пользователей постоянно держат свой мобильный в зоне, где до него можно дотянуться рукой.

Так, контакт бренда с потребителем через смартфон можно отчасти сравнить с контактом пользователя со своей семьей или друзьями. Такое взаимодействие позволяет выстроить личный диалог с клиентом, с учетом его индивидуальных интересов и особенностей [5].

В построении стратегии мобильного маркетинга основным этапом является планирование. Определение аудитории, ее интересов, выделение каналов, которые подойдут наилучшим образом для коммуникации с разными группами пользователей мобильными девайсами – важные этапы в маркетинговой стратегии.

Таким образом, важной для белорусских предприятий является активизация инновационной деятельности в маркетинге с использованием мобильного маркетинга в рекламной деятельности. Это позволит достичь конкурентных преимуществ не только в Республике Беларусь, но и за ее пределами

Список использованных источников

1. Акулич, И. Л. Международный маркетинг. – 2006. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.al24.ru/wp-content/uploads/2012/.pdf> - Дата доступа: 10.04.2022.
2. Арсенов, В. В. Инновационная деятельность предприятий. – 2006. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://lib.convdocs.org/docs/index-173876.html> – Дата доступа: 10.04.2022.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/> - Дата доступа: 10.04.2022.
4. Digital Media Belarus 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing.by/analitika/v-belarusi-5-3-milliona-internet-polzovateley-na-nachalo-2021-goda-nazvana-sotsset-v-kotoroy-oni-pro/> - Дата доступа: 10.04.2022.
5. Morgan Stanley [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.morganstanley.com/> - Дата доступа: 10.04.2022.