

## 语言技能是提高营销人员专业能力水平的一种途径

Мишкова Е. Р.

Научный руководитель: преподаватель Широкая А.Д.  
Белорусский национальный технический университет

В последнее десятилетие китайский язык стал одной из самых востребованных в мире. Учитывая, что Китай является второй по величине экономической мира и крупнейшим рынком для многих товаров и услуг, знание китайского языка становится важным преимуществом для маркетологов. В данной статье мы рассмотрим, какую роль китайский язык играет в профессии маркетолога (营销员 yíngxiāoyuán), как он может расширить горизонты в карьере и повысить эффективность маркетинговых стратегий (营销策略 yíngxiāo cèlüè).

Сегодня компании все чаще стремятся выйти на международные рынки, и Китай, с его огромным населением и бурно развивающейся экономикой, играет в этом процессе ключевую роль. Знание китайского языка помогает маркетологам глубже понять культуру, традиции и потребности китайских потребителей. Это, в свою очередь, позволяет разрабатывать более эффективные маркетинговые стратегии, которые учитывают местные особенности.

Согласно отчету Global Digital Overview, более 900 миллионов человек в Китае используют интернет. Это означает, что для бизнеса, стремящегося к достижению успеха, китайский рынок открывает огромное количество возможностей. Если маркетолог владеет китайским языком, он может более эффективно взаимодействовать как с потребителями, так и с местными партнерами, что в значительной степени увеличивает шансы на успешное продвижение товаров и услуг.

Одним из главных преимуществ знания китайского языка является возможность эффективнее общаться с клиентами, партнерами и поставщиками в Китае. Маркетологи, владеющие китайским, могут избежать трудностей, связанных с недопониманием или неверной интерпретацией информации.

Кроме того, маркетолог, говорящий на китайском, может проводить прямые интервью и опросы, а также получать обратную связь от китайских потребителей. Такой подход позволяет получать более точные данные, что важно для коррекции маркетинговых стратегий.

Знание китайского языка становится значительным активом для профессионалов в области маркетинга. Работодатели все чаще ищут специалистов,

способных говорить на китайском, особенно в тех компаниях, которые готовы развивать бизнес на китайском рынке. Это создает высокую конкуренцию среди соискателей и позволяет выделиться на фоне других кандидатов.

Специалист сферы маркетинга, владеющий китайским языком, может создать более релевантные и привлекательные рекламные кампании (爆炒 bàochǎo), которые учитывают местные обычаи и предпочтения. Например, использование популярных фраз, символов и колорита, гармонично вписывающихся в материал, способно значительно повысить его привлекательность для китайских потребителей.

Китайские пользователи сети обычно ожидают от компаний креативных и оригинальных решений. Знание китайского языка позволяет маркетологам генерировать идеи, которые будут органичными в местном контексте, и, таким образом, завоевать внимание аудитории.

С помощью китайского языка маркетологи могут исследовать новую креативность, применять мемы (网络模因 wǎngluò mó yīn), пользовательский контент (用户生成内容 yònghù shēngchéng nèiróng) и другие формы общения, которые становятся популярными в китайском сегменте. Это создает возможность наладить более глубокие связи с потенциальными клиентами, а также повысить уровень узнаваемости бренда.

В современном мире маркетинга знание китайского языка является важным инструментом для достижения успеха. Оно открывает новые горизонты возможностей, становясь конкурентным преимуществом для маркетологов. Понимание китайской культуры, адаптация стратегий под местные условия, установка эффективной коммуникации и углубленный анализ рынка (市场分析 shìchǎng fēnxī) — все это делает работу профессионала более эффективной.

Китай — не просто рынок, это уникальная экосистема, которая требует полной вовлеченности и понимания. Вместо того чтобы рассматривать китайский язык как преграду, маркетологи должны воспринимать его как ключ к созданию успешных и основанных на понимании отношений с китайскими потребителями. Подводя итог, можно смело утверждать, что именно китайский язык открывает двери к успешному маркетингу в Китае.

## Литература

1. "The Importance of Learning Chinese in the Global Economy." – URL: <https://link.springer.com/article/10.1057/jibs.2014.1> (дата обращения: 04.04.2025).