

логистики. В ряде городов Беларуси организованы учебные центры по подготовке специалистов в области логистики [2].

Несмотря на снижение с 2020 года объемов международной торговли, вызванное пандемией коронавируса, объем рынка логистических услуг в Беларуси достаточно велик. По оценкам экспертов цифровизация окажет существенное влияние на развитие логистики, позволяя взаимодействовать с потребителями по цифровым каналам, тем самым сокращая затраты на обслуживание и расширяя возможности онлайн-маркетинга. Также в республике разрабатываются новые транспортные коридоры в рамках инициативы «Один пояс – один путь» [2]. Однако, логистические инновации в республике, пока не получили должного развития. В основном это связано с тяжелой внешнеэкономической ситуацией, недостаточным уровнем развития складского хозяйства и производства современной тары и упаковки. Несмотря на это, для Беларуси логистика может стать приоритетным направлением и открыть широкий спектр возможностей как внутри республики, так и на международных рынках.

**Заключение.** Таким образом, логистика является одной из рациональных стратегий развития, способствуя повышению конкурентоспособности и обеспечивая путь к успеху.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Акопова, Е. С. Логистика во внешнеэкономической деятельности: учебное пособие / Е. С. Акопова, Т.Е. Евтодиева. – М.: Русайнс, 2020. – 189 с.
2. Рынок транспортно-логистических услуг РБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bikratings.by/wp-content/uploads/2020/12>. – Дата доступа: 24.04.2022.
3. Левкин, Г. Г. Логистика: теория и практика: учебник и практикум / Г. Г. Левкин. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 187 с.

УДК 659.19

### ЭФФЕКТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ С ПОМОЩЬЮ EMAIL-МАРКЕТИНГА

*С. А. Лисовский, студент группы 10504221 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – старший преподаватель И. Е. Ругалева*

*Резюме – в научной работе проанализированы современные особенности использования email-маркетинг как одной из эффективных форм интернет-маркетинга. Рассмотрены основные форматы email-рассылок, правила их проведения. Автор проиллюстрировал эффективность использования email-маркетинг в кафе «Балкон» (г. Минск).*

*Summary – the article analyzes the modern features of the use of email marketing as one of the effective forms of Internet marketing. The main formats of*

*email mailings, the rules for their implementation are considered. The author illustrated the effectiveness of using email marketing in the cafe "Balkon" (Minsk).*

**Введение.** Многие полагают, что email-маркетинг в 2022 году уже не актуален, но интернет-коммерция только увеличивает свою известность, и с каждым годом число электронных корреспонденций только растет. Приблизительно 60 % покупателей оформляют заказы вследствие прочтения электронных писем. Для этого следует правильно понимать и применять возможности данного способа продвижения, и быть в курсе всех технологий и функций.

**Основная часть.** На общество уже не действуют типичные письма, вызванные информационным поводом. Клиенты нуждаются в более простом общении, дружеском, основа которого состоит не в бездушных продажах, а в реальных проблемах и потребностях. Стоит быть ближе к потенциальному покупателю, показывать обратную сторону бизнеса и делать акцент на человеческую сторону коммуникации. В связи с этим создано множество творчески-обновленных форматов email-рассылок:

1. UGC-контент – рассылка, созданная на базе комментариев, отзывов и пожеланий покупателя.

2. Интерактивные блоки – рассылка собранная в различные блоки, с дизайнерским оформлением, играми и рабочими кнопками.

3. AMP технологии – письмо в виде отдельной web-страницы. И прямо на ней можно оставить отзыв, пожелание, найти адрес или связаться с администратором.

4. Коллаборация – это форма сотрудничества торговых марок, крупных брендов и блогеров с целью повышения лояльности своей аудитории (совместное предложение или продукт). Такую рассылку можно запустить на клиентскую базу обеих сторон и таким образом обменяться аудиторией.

Основные правила email-рассылки: максимальная простота текста, отсутствие ошибок; проверка шаблона на разных устройствах (Iphone, Android, Windows, MacOS), для проверки отсутствия проблем в отображении и не оказывается ли ваше письмо в вкладке «Спам»; все ссылки должны быть кликабельны; отсутствие запрещенных элементов (потокное видео, Flash-анимации, JS-код, ActiveX-элементы, запрещенные CSS-стили и атрибуты HTML, ссылки с редиректами. С целью расширения пользовательской базы нужно привлекать потенциальных клиентов из социальных сетей. Аудитория в связи с текущими изменениями готова уделять больше внимания электронным письмам и просматривать свой почтовый ящик. Рост email маркетинга случился в момент пандемии, отчасти не все пользователи читают письма, но если письмо содержит хорошее релевантное предложение, то они будут ждать письма и формировать свой заказ в следующий раз. Email маркетинг работает, если его развивать, продумывать новые стратегии, и пути продвижения.

*Пример.* Использование Email-рассылка на примере доставки суши с применением трендовой техники «Промокод» в кафе «Балкон» (ООО «Венедикт Трейдинг»). В письмо вкладывают промокод, с минимальной скидкой или небольшим подарком. Несмотря на минимализм презентов, многие клиенты задумываются об оформлении заказа. Проанализируем статистику последней email-рассылки с клиентской базой в 1500 человек: отправлено писем: 1500; открыто: 1052 письма; перешли по ссылке на сайт кафе «Балкон»: 295 пользователей; сделали заказ по промокоду со скидкой: 112 пользователей; итого: выручка с 112 пользователей составила 8736 BYN.

**Заключение.** Таким образом, можно сделать вывод о том, что в 2022 году Email-маркетинг будет расти и совершенствоваться. По данным последних опросов более 60 % компаний во всем мире считают email-рассылку одним из самых эффективных методов интернет-маркетинга и более 50 % всех доходов компаний генерируют сегментированные письма. Рентабельность email-рассылок составляет 122 %, что в 4 раза выше других инструментов продвижения. Исходя из всего вышесказанного можно говорить о том, что электронные письма – отличный способ общения с аудиторией и конвертации подписчиков в клиентов интернет-магазина. Грамотно проведенная email-кампания окупает затраты и приносит прибыль от продаж.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Акулич М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М. В. Акулич. – М.: Дашков и К, 2019. – 352 с.
2. Броди, Ян Продающие рассылки. Повышаем продажи, используя email-маркетинг / Ян Броди. – Л.: , 2013. – 180 с.

УДК 339.13

### МЕХАНИЗМ ОРГАНИЗАЦИИ ОМНИКАНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА

*О. А. Малайчук, аспирант ФММП, БНТУ,  
научный руководитель – доктор экон. наук К. В. Якушенко*

*Резюме – в данной научной работе автором были проанализированы особенности организации омниканального маркетинга, а также выявлены тенденции организации продвижения и сбыта продукции на рынке промышленных товаров.*

*Resume – in this article, the features of the organization of omnichannel marketing were analyzed, and groups for the promotion and sale of products in the market of industrial goods were identified.*