

Заключение. Таким образом, на основании вышеизложенного, можно сделать вывод, что Apple изменила мир благодаря своим продуктам. Воздействие на потребителей — это явление, и только будущее знает, какие продукты Apple собирается вывести на рынок, если их прошлые тенденции будут соответствовать чему-то, и, вероятно, она останется гигантом еще долгое время.

Подробное понимание клиентов позволило компании более эффективно исследовать поведение потребителей. Apple использует это понимание, чтобы подбирать продукты и сообщения бренда, которые находят отклик у целевой аудитории, создавая продукты, которые работают лучше и просты в использовании. Apple создали определенную культуру вокруг бренда и привнесли множество факторов, которые другие компании адаптируют и используют.

ЛИТЕРАТУРА

1. Влияние корпорации Apple на общество [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://en.ppt-online.org/998713> – Дата доступа: 12.04.2023.
2. “Apple Company and Its Effects on Society Apple Analytical Essay” [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ivypanda.com/essays/the-apple-company> – Дата доступа: 12.04.2023.
3. “How Apple Uses Consumer Behavior Marketing to Win” [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.stephenzoeller.com/apple-consumer-behavior-marketing>. – Дата доступа: 12.04.2023.

УДК 339.138

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*В. О. Богуцкая, студент группы 10504322 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель И. Е. Ругалева*

Резюме – в этой статье мы рассмотрим современные проблемы цифрового маркетинга в Республике Беларусь, а именно: что они под собой подразумевают и что нужно делать, чтобы иметь успех в этой сфере.

Resume – in this article, we will look at the modern problems of digital marketing in the Republic of Belarus, namely: what they mean and what needs to be done in order to be successful in this area

Введение. Современный цифровой маркетинг – это маркетинговые стратегии, основанные на использовании цифровых каналов, таких как интернет и социальные медиа, для продвижения продуктов или услуг. Он включает в себя такие инструменты, как контент-маркетинг, поисковая оптимизация, контекстная реклама, социальная реклама и email-маркетинг.

Одним из ключевых преимуществ цифрового маркетинга является возможность точно определить целевую аудиторию и настроить кампании на

ее потребности и интересы. Это позволяет достигать более высокой конверсии и эффективности маркетинговых кампаний. Кроме того, цифровой маркетинг позволяет быстро реагировать на изменения в трендах и потребностях рынка, а также быстро измерять и анализировать результаты кампаний.

Основная часть. Как и в любой отрасли страны, в современном цифровом маркетинге Республики Беларусь есть свои проблемы, о которых я вам сейчас подробнее расскажу.

Первая проблема заключается в ограничениях использовании социальных сетей и мессенджеров. В Беларуси существуют законы, которые ограничивают использование социальных сетей и мессенджеров. Это может затруднить работу маркетологов, которые используют эти каналы для привлечения клиентов.

Следующая проблема заключается в том, что вводятся ограничения в использовании электронной почты. В Беларуси действуют законы, которые регулируют отправку коммерческих предложений по электронной почте. Это может затруднить работу маркетологов, которые используют этот канал для привлечения клиентов.

Так же достаточно важной проблемой является недостаточное использование мобильного маркетинга. В Беларуси мобильный трафик продолжает расти, но многие компании не используют его в полной мере для привлечения клиентов.

Еще одной из проблем является то, что многие компании не знают о существовании цифрового маркетинга и его преимуществах, что затрудняет их внедрение. Это свидетельствует о том, что уровень осведомленности о цифровом маркетинге очень низок. В Беларуси действуют ограничения на использование Google Analytics, что затрудняет сбор и анализ данных для оптимизации маркетинговых кампаний.

Нельзя не отметить, что в Беларуси недостаток специалистов в области цифрового маркетинга. Если точнее сказать, то недостаток высококвалифицированных специалистов в этой области цифрового маркетинга, что затрудняет развитие этого направления в стране.

Заключение. Однако, успешный цифровой маркетинг требует не только знания о технологиях и инструментах, но и глубокого понимания целевой аудитории и ее потребностей. Кроме того, цифровой маркетинг позволяет быстро реагировать на изменения в трендах и потребностях рынка, а также быстро измерять и анализировать результаты кампаний для постоянной оптимизации стратегий и улучшения результатов. Поэтому не стоит недооценивать цифровой маркетинг и стараться справляться с проблемами, которые могут возникнуть при его использовании.

ЛИТЕРАТУРА

1. «Цифровой маркетинг: отличительные черты и основные инструменты» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://gb.ru/blog/tsifrovoj-marketing/#:~:text=Цифровой%20маркетинг%2C%20или%20digital->

marketing%20–,и%20сообщества%20в%20социальных%20сетях. – Дата доступа: 12.04.2023.

2. «10 основных проблем цифрового маркетинга» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://probusiness.io/tech/93-10-osnovnykh-problem-beloruskogo-cifrovogo-marketinga.html>. – Дата доступа: 12.04.2023.

3. «Актуальные проблемы маркетинга» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/218507/1/Актуальные_проблемы_маркетинга.pdf. – Дата доступа: 12.04.2023.

УДК 339

ТРАДИЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*А. И. Будинская, студентка группы 10504322 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель И. Е. Ругалёва*

Резюме – статья раскрывает конкретные пути использования Интернета в сфере маркетинга.

Resume – article reveals specific ways to use the Internet in the field of marketing.

Введение. Сейчас нам сложно представить свою жизнь без интернета. Его применяют почти во всех сферах деятельности. Интернет сегодня – место времяпрепровождения и общения для всех жителей планеты. Он так же незаменим в сфере бизнеса. Сегодня на просторах интернета вы можете найти множество площадок для продажи и рекламы продукции. Бизнесмены идут в Интернет быстрее, чем какая-либо другая группа пользователей. Все они считают интернет своим главным помощником для проведения маркетинговых исследований, обмена коммерческой информацией и формирования совместных предприятий.

Основная часть. Классический маркетинг и интернет-маркетинг – это две разные области маркетинга, но они могут взаимодействовать и дополнять друг друга. Классический маркетинг включает в себя такие элементы, как реклама в СМИ, прямой маркетинг, торговый маркетинг, организация мероприятий и т. д.

Специалист по маркетингу разрабатывает стратегию продвижения продукта и реализует ее. Классический маркетинг включает в себя узнавание потребностей потребителей и разработку продукта с характеристиками, которые будут успешными на рынке.

Основной целью классического маркетинга является увеличение продаж продукта за счет установления и поддержания долгосрочных отношений с потребителями.

Интернет-маркетинг – это подход к продвижению товаров и услуг с использованием интернет – технологий. Интернет как канал продаж и маркетинга предоставляет множество возможностей для продвижения товаров