

МАРКЕТИНГ ИТ-ПРОДУКЦИИ В МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЯХ

Писарик А. В., магистрант

Научный руководитель – Ермакова Е. В., к.э.н., доцент
Белорусский государственный университет
информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь

Интернет-маркетинг – комплекс действий, направленных на продвижение товаров и услуг в интернете. Наиболее быстрыми темпами в мировой экономике развивается маркетинг мобильных приложений. Данный вид маркетинга является сложным многоэтапным процессом, требующим комплексного подхода для успешной деятельности предприятия. Зарубежные учёные выделяют следующие три этапа реализации интернет-маркетинга мобильных приложений:

- 1) подготовительные работы к продвижению мобильных приложений;
- 2) настройка и запуск аналитики;
- 3) привлечение пользователей в мобильное приложение.

Наиболее сложным для белорусских предприятий и организаций является первый этап реализации маркетинга мобильных приложений, включающий выделение целевой аудитории; настройка таргетинга; выявление наиболее эффективных способов взаимодействия с потенциальной аудиторией и клиентами; разработка стратегии продвижения и создание пресс-релиза о запуске проекта.

Для белорусского бизнеса, особенно в регионах, остро стоит проблема дефицита высококвалифицированных специалистов ИТ-сферы. Следовательно, целесообразно предусматривать должности программистов и ИТ-консультантов в бизнес-инкубаторах, а также расширять область взаимодействия специалистов парка высоких технологий путём организации выездных курсов для ликвидации неграмотности топ-менеджеров региональных предприятий. Подобная практика поможет малому и среднему бизнесу Республики Беларусь выходить на мировые рынки.