



Анализ трендов маркетинговой и коммерческой деятельности

Мухутдинов Фарит
Специалист по digital-маркетингу





Маркетинговые тренды в бизнесе

Задачи, которые руководители бизнеса ставят перед маркетологом

Требования к маркетологу



Многозадачность

Аналитические навыки,
знание графических
редакторов, контекстная и
таргетированная реклама,
социальные сети,
маркетплейсы, СМИ и др.



Быстрый результат

Продажи, заявки, записи
на прием/консультацию,
новые продукты, новые
клиенты и другие целевые
показатели здесь и сейчас



“Красивый” бренд

Бренд, который нравится
собственника и
руководство бизнеса без
ориентации на целевую
аудиторию



Тренды в сфере маркетинга

Наиболее результативные и востребованные инструменты маркетолога

Инструменты маркетолога

- Систематизация и автоматизация
- Аналитика
- Маркировка рекламы
- Многоканальность
- Маркетплейсы
- Инфлюенсеры
- Социальные сети
- Нейросети



Систематизация и автоматизация

1

CRM-системы

Сервисы для автоматизации бизнес-процессов:
Битрикс24, amoCRM, Мегapлан, Planfix и др.

2

Облачные хранилища

Модель хранения данных на удаленных серверах: Яндекс Диск, Google Drive, Dropbox, OneDrive и др.

3

Чат-боты

Программа, позволяющая коммуницировать с пользователем в рамках заданного алгоритма.

Аналитика



Инструменты Web-аналитики:

Яндекс Метрика, Google Analytics



Сервисы аналитики социальных сетей:

LiveDune, Popsters, SMMplanner, EargetHunter



Статистические данные в общем доступе:

Росстат, ВЦИОМ, BusinessStat



Маркировка рекламы

Это добавление на рекламные креативы определенных пометок и передача информации о рекламной кампании в единый реестр интернет-рекламы (ЕРИР). На правильно промаркированном креативе должны быть пометка «реклама», данные о рекламодателе и уникальный идентификатор — токен.

Получать токены и передавать данные в реестр нужно через оператора рекламных данных (ОРД): «Яндекс», «ВКонтакте» (VK), «МедиаСкаут» (МТС), «Ozon ОРД» (Ozon), «ОРД-А» (AmberData), «Первый ОРД» («Вымпелком»), «ОРД — Лаборатория разработки» («Сбер»).



Многоканальность

- PR;
- TV, радио, наружная реклама;
- “сарафанное радио”

- Обзоры;
- Отзывы;
- Оценки;
- Рейтинги

- FAQ;
- Колл-центр;
- Тех. поддержка



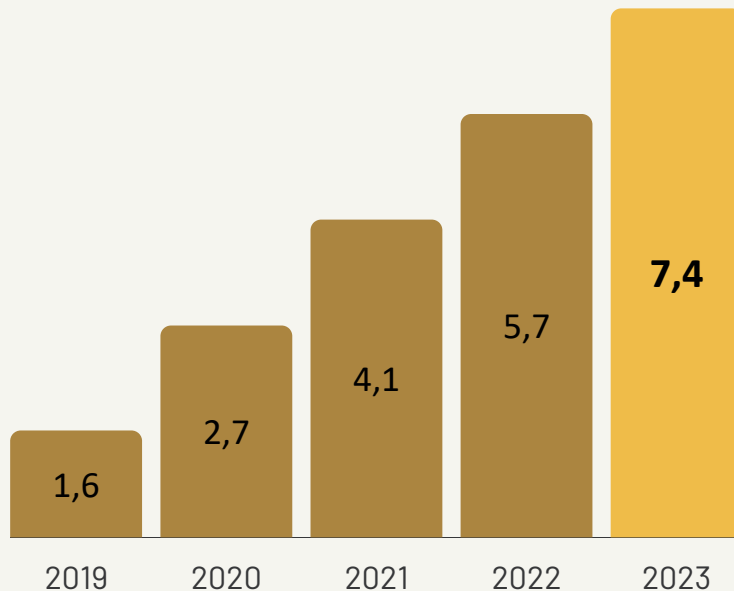
- Поисквые системы;
- E-mail;
- Социальные сети;
- СМИ;
- Видеохостинги

- Сайты;
- Маркетплейсы;
- Доски объявлений;
- Приложения

- Отзыв;
- Реферальная программа

Маркетплейсы

По разным оценкам оборот интернет-торговли в России в 2023 году может увеличиться на **30%** и достигнуть **7,4 трлн руб.**



Инфлюенсеры

С помощью инфлюенсеров (лидеров мнений) можно увеличить доверие к бренду и придать ему нужный формат/тон/настроение.

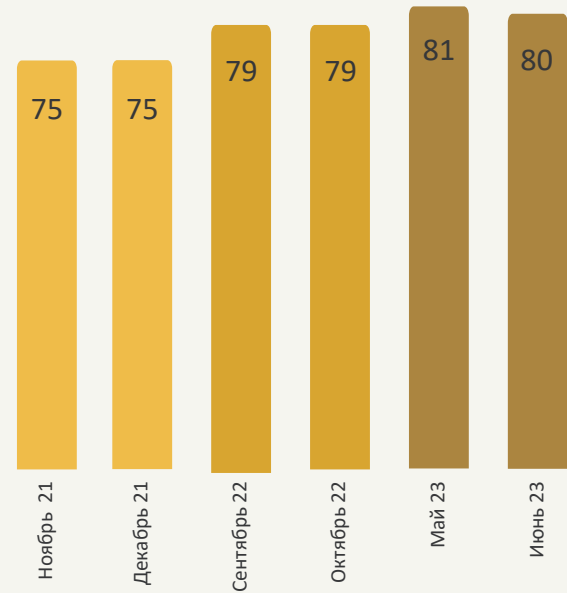
В 2023 году актуально привлекать микроинфлюенсеров - людей с относительно небольшой аудиторией (до 10 000 подписчиков).



Социальные сети

Ограничение доступа к части ресурсов привело к перетеканию аудитории на другие площадки и перераспределению между ними.

Наибольший рост наблюдается в ВКонтакте и Telegram.



Нейросети

С помощью нейросетей можно создавать уникальные изображения, видео, звуки и писать тексты. Продвинутые нейросети способны самостоятельно кодить, писать сценарии и общаться с людьми.

@gpt4_ru_bot - генерирует тексты;

@kandinsky21_bot - генерирует изображения;

@DeepPaintBot - улучшает качество, вырезает фон.





Благодарю за внимание!

До встречи на следующей лекции!

