

## Digital-стратегия: мировой опыт внедрения цифровых инструментов

Научный руководитель – Степанова Наталья Романовна

*Тихонов Владислав Алексеевич*

*Студент (бакалавр)*

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина,  
Высшая школа экономики и менеджмента, Екатеринбург, Россия  
*E-mail: vlad-tikhonov-1990@mail.ru*

В настоящее время предпринимательство претерпевает значительные изменения. Этому способствует глобальная цифровизация, трансформация экономически, внедрение новых инструментов маркетинга, автоматизация технологических процессов и др. Сегодня невозможно представить ни один бизнес без использования цифры, так как буквально все - от любительских фотографий до персональных данных каждого - находится в интернете. Однако применение таргетированной рекламы, ведение Instagram-профиля и использование других цифровых инструментов становится не просто дополнительной возможностью для развития бизнеса, а результативным инструментом повышения конкурентоспособности организации.

Для эффективного использования перечисленных инструментов требуются грамотное стратегическое планирование, осуществляемое компетентными специалистами. Не все компании учитывают указанные аспекты и поэтому теряют драгоценное время, ресурсы и, как следствие, потенциальных клиентов [1, 5].

Целью исследования является анализ стратегии ведения современного предпринимательства и обоснование необходимости внедрения digital-стратегий в работе предприятий для достижения эффективных результатов на основе мирового опыта.

Основными методами исследования являются теоретические. Используется анализ, синтез, описание и обоснование данных.

Digital-стратегия (цифровая стратегия) - это определенный план продвижения товара или услуги, использующий цифровые инструменты. Он включает в себя все этапы: от целеполагания до планирования бюджета. Digital-стратегия чрезвычайно важна, потому что, как и в традиционном бизнесе, четкий план действий позволяет минимизировать издержки, а также сформировать четкое представление что, как и каким способом попадет к потребителю [8].

Помимо выявления основных цифровых инструментов и трендов, важным аспектом разработки digital-стратегии также является выявление специфики конкретного бренда в цифровой среде и определение потребностей и особенностей целевой аудитории.

Некоторые компании безотчетно следуя нынешним тенденциям, тратят огромный бюджет на таргетированную рекламу, а продажи товаров или услуг остаются «нулевыми». Причины могут быть разными - некомпетентность сотрудников, плохая подача, неправильно подобранный инструмент и т.д. Здесь организация, планирование и производство начинается, как правило, с недостаточно продуманной digital-стратегии. Работа с цифровыми инструментами возможна в удаленном режиме, а значит это предполагает еще более тщательный анализ выпускаемой продукции, средств ее продвижения, также конечных потребителей. Поэтому для того, чтобы работать эффективно компании необходимо [5]:

- 1) Сформулировать цели цифрового продвижения;
- 2) Определить целевую аудиторию, ее интересы и степень взаимодействия с цифровыми инструментами;

- 3) Проанализировать существующие технические решения и инструменты доступные компании;
- 4) Создать воронку продаж;
- 5) Найти наиболее выгодные пути использования цифровых каналов;
- 6) Разработать контентную стратегию;
- 7) Выполнить финансовое планирование;
- 8) Установить ключевые показатели эффективности применения цифровых инструментов в работе.

Это только «базовый скелет» осуществления стратегического планирования. На самом деле, не менее важным фактором успеха развития всякого предприятия является следование вектору развития последних трендов цифровизации.

Базовые (устоявшиеся) инструменты продвижения [1, 4]:

- Продуктовый сайт;
- E-mail маркетинг
- Видеореклама;
- Мобильное приложение.

Новые инструменты (тренды) продвижения [1, 4]:

- Контент в соцсетях (TikTok, Instagram);
- Blogging (работа с блогерами);
- SEO продвижение;
- UX/UI дизайн.

Инструменты для успешной работы [1, 4]:

- Искусственный интеллект;
- Чат-боты;
- Облачные сервисы;
- Виртуальная реальность.

В качестве примера рассмотрим предприятие, являющееся одним из крупнейших российских лидеров нефтегазового рынка. «Компания ПАО Газпром нефть» поставила перед собой цель стать отраслевым лидером в сфере эффективности, однако, достижение данной цели было бы невозможно без внедрения digital-стратегии. Это внедрение искусственного интеллекта, VR, видео аналитики и других инструментов. Все указанные цифровые элементы компания внедряет для достижения конкурентных преимуществ и выхода на передовые позиции в своем сегменте. Также в качестве оригинальной разработки команда использует цифровое технологическое видение (ЦТВ). ЦТВ дает уникальную возможность - позволяет определить готова ли компания к внедрению новых технологий. Результаты оценки визуализируются в виде «технологического радара» [6].

Далее обратимся к digital-стратегии компании Glossier. Цифровой маркетинг позволил компании завоевать доверие и признание потребителей. С самого начала руководители компании уделили должное внимание рекламе в социальных сетях. Им удалось привлечь 13 тысяч подписчиков в Instagram еще до того, как их первый продукт был выпущен

на рынок. Важную роль здесь сыграло четкое понимание целевой аудитории, ее запросов. Интеграция современного цифрового инструмента и грамотной digital-стратегии не заставили ждать результат [4, 9].

Для изучения тенденций развития digital-стратегии также был проведен анализ данных по критериям актуальности и эффективности использования digital-стратегий.

Например, консультанты известной компании McKinsey & Company выпустили книгу «Digital @ Scale». В ней на примере более чем 50 российских и международных компаний авторы демонстрируют как компаниям правильно внедрять цифровые технологии в свой бизнес, масштабировать их и затем полностью реализовать свой имеющийся потенциал в современных условиях [7].

Специалисты Desjoux и рекламного агентства Agence 79 трансформировали бизнес в цифровом пространстве. Это позволило компании привлечь на 113 % больше клиентов, а продажи выросли на 20 % по сравнению с предыдущим годом. Подобные результаты заставляют задуматься многие компании об эффективности внедрения в свою работу digital-инструментов, а также развития «цифровой стратегии» [3].

Таким образом, 21 век бросает все новые и новые вызовы предприятиям и экономике. Бизнес становится все более неопределенным и гибким, а внедрение цифровых инструментов и digital-стратегии помогают снизить риски и степень неопределенности в работе. Кроме того, грамотное сочетание базовых и новых стратегий ведения цифрового бизнеса могут стать инструментом более гибкого анализа, снижения издержек, а также более близкой коммуникации с пользователем, что позволит сохранять конкурентоспособность.

#### Источники и литература

- 1) Зиганшина А.А. Этапы реализации коммуникационной стратегии брендов в цифровой среде // Известия уральского федерального университета. серия 1: проблемы образования, науки и культуры. 2018. № 2 (174). С. 20-34.
- 2) 12 инструментов digital маркетинга, которые должен знать каждый стартап: <https://habr.com/ru/company/mobihunter/blog/380155/>
- 3) Большие перемены: Как провести digital-трансформацию в нестабильных условиях: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/future-of-marketing/machine-learning/digital-transformation-strategy/>
- 4) Пять примеров стратегии цифрового маркетинга: <https://www.wrike.com/ru/blog/pyat-primerov-strategii-tsifrovogo-marketinga/>
- 5) Разработка digital-стратегии компании: про этапы, примеры и важность для бизнеса: <https://marketing.hse.ru/news/402895159.html>
- 6) Российские кейсы цифрового развития: <https://strategy.cdto.ranepa.ru/prilozhenie-b>
- 7) Digital @ Scale: настольная книга по цифровизации бизнеса: <https://www.mckinsey.com/ru/our-insights/digital-at-scale-the-playbook-you-need-to-transform-your-company>
- 8) Digital marketing: <https://ekaterinburg.mango-office.ru/products/calltracking/for-marketing/osnovy/digital-marketing/>
- 9) The Glossier Marketing Machine: How Emily Weiss Hacked Culture to Build a \$100 Million Business That's Disrupting Beauty: <https://jumpermedia.co/glossier-marketing-machine/>