

легко отслеживать свою репутацию и работать над усовершенствованием своих услуг, чтобы привлечь больше гостей в отель. Влиятельные путешественники - новое поколение рецензентов, которые часто предоставляют свой реальный опыт проживания в различных отелях, через туристические блоги и пользовательский контент в социальных сетях. Влиятельные путешественники имеют возможность привлекать потенциальных гостей, поскольку они дают личный контакт и, как известно, строят прочные отношения со своими фолловерами. Поэтому, чтобы начать взаимодействовать с целевой аудиторией, то есть с гостями, важно нацелиться на тех, кто имеет возможность влиять на решение гостей. С помощью регулярного взаимодействия - можно создать позитивную узнаваемость бренда и сформировать лояльность к бренду. Общение с влиятельными людьми может предоставить вам информационные данные о ваших потенциальных клиентах: каковы их ожидания.

### Список литературы

1 Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года //Режим доступа: <http://www.kit.gov.kz/index.php/ru>

2 Кабушкин Н.И., Бондаренко Г. А. Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учеб. пособие. - Мн.: ООО "Новое знание", 2012.

3 Сорокина А. В. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах: Учебное пособие.-М.:Альфа-М:ИНФРА-М, 2012.

### Цифровой маркетинг как один из приоритетов эффективной деятельности современного предприятия

М.К. Асанова<sup>1</sup>, О.А. Куприй<sup>2</sup>

<sup>1</sup> к.э.н., доцент кафедры экономики и международного бизнеса,

<sup>2</sup> магистрант 1-го года обучения по специальности «Экономика»  
massanova@mail.ru, kupolya98@gmail.com

<sup>1,2</sup> Карагандинский государственный университет имени Е.А. Букетова, г.Караганда

Аннотация: В статье определена сущность и значение цифрового маркетинга на предприятии. Рассмотрены общие цели предприятий в процессе применения различных маркетинговых стратегий. Представлены основные причины, благодаря которым фирма, использующая преимущества цифрового маркетинга, может успешно функционировать в современных экономических реалиях.

Ключевые слова: маркетинг, цифровизация, бизнес, интернет, трафик, конверсия.

Современные технологии постоянно меняются и взлетают на новую высоту. Предприятия стараются сделать все возможное, чтобы не отставать, а также меняют свои бизнес-модели [1]. Кроме того, они усиливают свои существующие маркетинговые усилия с помощью стратегий цифрового маркетинга, чтобы попытаться захватить растущий и прибыльный онлайн-рынок. Эти процессы реализуются для привлечения целевой аудитории в интернете, которая будет определять, является ли бизнес успешным или неудачным.

Почему технологии важны для современного бизнеса? В быстро меняющейся среде бизнес-операций сегодня технологии делают процессы более быстрыми, эффективными и облегчают документирование для последующего анализа. За последние два десятилетия технологии изменили способ нашего взаимодействия, то, как мы делаем покупки, как мы проводим исследования и как работают предприятия. Сегодня технологии являются основой успеха большинства предприятий. От маркетинга до безопасности большинство бизнес-операций начинаются в цифровом мире.

Поскольку роль информационных технологий столь значительна для предприятий любого масштаба, подготовка к профессиональной деятельности означает подготовку к различным возможностям.

Технология упрощает общение, поддерживает ли вы связь со старым другом или узнаете новости. Для бизнеса – это ключ к эффективной внутренней и внешней коммуникации.

Внутренняя коммуникация означает коммуникацию, проводимую в рамках бизнеса или различных частей бизнеса. Для специалистов это означает что нужно идти в ногу с технологией,

используемой для электронной почты или платформ цифровых проектов в масштабах всей компании [2].

Внешнее общение включает общение компании с клиентами, инвесторами и широкой общественностью. Для специалистов это означает что нужно использовать электронную почту, социальные сети и т.д.

В соответствии с внешней коммуникацией, упомянутой выше, большая часть маркетинга компании теперь осуществляется в цифровом формате. Цифровому маркетингу требуются группы технической поддержки для внедрения и устранения неполадок различных видов программного обеспечения.

Способная команда в сфере информационных технологий необходима для успеха любого цифрового маркетингового плана. Концепции цифрового маркетинга, такие как поисковая оптимизация (SEO), ведение блогов, разработка сайтов и таргетинг на социальные сети, требуют экспертов, обладающих знаниями, чтобы консультировать, когда что-то идет не так.

Отслеживание успеха и возможностей также упрощается благодаря использованию программного обеспечения, предназначенного для хранения маркетинговых показателей во времени. Это позволяет компаниям планировать, адаптироваться и расти.

Получение большого объема ежедневного трафика на сайт фирмы ничего не значит, за исключением случаев, когда он конвертируется в потенциальных клиентов или продажи [3]. Важность цифрового маркетинга для бизнеса на сегодняшний день очень велика. Бизнес и коммерция склоняются к цифровой арене.

Технология оптимизирует процесс принятия решений в бизнесе. Есть много способов отслеживать финансовые ресурсы, рыночные условия и удовлетворенность клиентов. С хорошим планом можно легко увидеть эти данные. Это позволяет компаниям видеть, какие шаги они должны предпринять для улучшения и достижения целей.

Сбор цифровых данных исключает некоторые из проверяющих фактов предприятий, которые необходимо делать для борьбы с типичными человеческими ошибками, что позволяет лицам, принимающим решения, действовать быстро и уверенно. Со временем это может помочь бизнесу продвинуться вперед.

Доступность инструментов и методов цифрового маркетинга дает владельцам бизнеса наилучшие шансы для конкуренции в экономике, выживании и росте бизнеса. Можно выделить несколько причин, по которым компании должны сделать цифровой маркетинг своим приоритетом в данный момент развития мировой экономики во всех областях услуг и производства.

Цифровой маркетинг выравнивает игровое поле в интернете. Цифровой маркетинг предназначен не только для транснациональных и крупных корпораций, у которых есть неограниченный запас денег для финансирования маркетинговых кампаний в интернете.

Цифровой маркетинг выравнивает игровое поле, предоставляя малым и средним предприятиям возможность конкурировать с более крупными корпорациями и привлекать свою долю целевого трафика. Это также позволяет малым предприятиям эффективно взаимодействовать с многочисленными клиентами и направлять их на путь, который превзойдет их самые смелые мечты.

Цифровой маркетинг более рентабелен, чем традиционный маркетинг. Цифровой маркетинг предоставляет малым предприятиям более рентабельные маркетинговые каналы, которые обеспечивают проверенные результаты.

Цифровой маркетинг обеспечивает конверсии. Конверсия (англ. conversion) – это побуждение клиентов принимать конкретные меры, «превращая» человека, просматривающего сайт, в покупателя продукта или услуги [4]. Владельцы бизнеса оптимизируют свои кампании цифрового маркетинга в направлении оптимизации конверсии, что является главным приоритетом.

Цифровой маркетинг помогает генерировать более высокие доходы. Благодаря более высоким показателям конверсии, созданным эффективными методами цифрового маркетинга, эта практика принесет вам и вашему бизнесу множество преимуществ в плане увеличения доходов.

Цифровой маркетинг облегчает взаимодействие с целевыми аудиториями. Одной из многих причин, по которой цифровой маркетинг захватывает традиционные каналы маркетинга, является способность инструментов интернет-маркетинга взаимодействовать с целевой аудиторией в режиме реального времени. Связь с клиентами и предоставление им надлежащих точек взаимодействия может помочь предприятию узнать, чего хотят его целевые клиенты.

Цифровой маркетинг дает возможность обслуживать мобильных пользователей. Теперь информация распространяется не только через ноутбуки и компьютеры. Достижения в области технологии привели к созданию смартфонов, планшетов и других устройств с доступом в интернет.

Это хорошее время для проведения кампаний цифрового маркетинга, ориентированных на мобильных пользователей, что позволяет расти и быстрее расширяться.

Цифровой маркетинг улучшает репутацию бренда. Цифровой маркетинг имеет возможность привлекать целевой трафик. Выполнение того, что обещает фирма, позволит её руководству развить здоровые отношения с целевой аудиторией. В конечном итоге это будет иметь большое значение для улучшения репутации предприятия.

Цифровой маркетинг обеспечивает более высокую рентабельность инвестиций. Цифровой маркетинг обеспечивает лучшую окупаемость инвестиций, чем традиционные средства массовой информации и маркетинговые каналы, поскольку традиционные средства массовой информации обходятся малым и средним предприятиям дорого, а результаты при этом неясны [5].

Цифровой маркетинг побуждает людей к выгодным действиям. Социальные сигналы и отзывы помогают завоевать доверие целевой аудитории.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что цифровой маркетинг использует эффективные стратегии, чтобы привлечь людей к принятию решений о покупке.

#### Список литературы

- 1 Вахитов, К.И. Экономика. Учебное пособие / К.И. Вахитов. – М., 2017. - 364 с.
- 2 Экономика для бакалавров: учебное пособие / Под ред. Л.С. Гребнева. - М.: Логос, 2018. – 240 с.
- 3 Лемещенко, П.С. Экономика: университетский курс / П.С. Лемещенко. - М.: Книжный дом, 2017. - 704с.
- 4 Ефимова С.А. Маркетинговое планирование / С.А. Ефимова. - М.: Изд-во «Альфа-Пресс», 2018. – 122 с.
- 5 Завьялов, П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: учеб. пособие / П. С. Завьялов. -М.: ИНФРА-М, 2017. - 496 с.

#### Маркетингтегі жаңа ұғым – латералды маркетинг

С.Қ. Базарова<sup>1</sup>, А.М. Шохаманова<sup>2</sup>

<sup>1</sup>«Маркетинг» кафедрасының профессоры, э.ғ.к.

<sup>2</sup>«Маркетинг» мамандығы бойынша 2 курс магистранты  
saulegul@bk.ru, ashokhamanova@gmail.com

<sup>1,2</sup>Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті

Түйіндеме: Бұл мақалада маркетингтегі жаңа бағыт, жаңа ұғым – латералды маркетинг туралы айтылады. Оның анықтамасы беріліп, мақсаттары мен үрдісі айтылады, дәстүрлі маркетингпен айырмашылықтары көрсетіледі. Сонымен қатар, латералды ойлау термині оның латералды маркетингке қатысы туралы сөз қозғалады.

Кілт сөздер: Латералды маркетинг, маркетинг микс, латералды ойлау, дәстүрлі маркетинг, тік маркетинг, маркетинг.

XX ғасырдың ортасында қалыптасқан индустриялық дәуірде өзекті болған нәрсе бүгінгі күні, постиндустриялық дәуірде, яғни XXI ғасырда аса мәні жоқ. Қазіргі уақытта маркетинг экономиканың жаңа сатысына және қазіргі заманғы ерекшеліктеріне бейімделетін бірнеше бағыттар бойынша дамуда. Нақтырақ айтқанда, маркетинг, классикалық маркетинг немесе дәстүрлі маркетинг шекарасынан шығатын жаңа ұғымдар пайда болуда. Маркетингтің соңғы жаңғыруының бірі - латералды маркетинг деп аталады.

Қазіргі уақытта нарықта сәтсіздікке ұшыраған жаңа жобалардың пайызы өте жоғары. Жиырма жыл бұрын сәтсіздік пен табыс қатынасы әлдеқайда төмен болды. Осы тұста латералды маркетинг жаңа маркетингтік схемаларды ұсынбайды, ол тиімді маркетингтің креативті табиғатын көрсетеді. «Латералды маркетинг. Революциялық идеяларды іздеу технологиясы» атты кітабында Филип Котлер бүгінде стандартты схемалардан бас тартып, шығармашылық пен креативтілік танытуы керек деп санайды. Ол латералдық ойлау принциптерінің көмегімен креативтілікті ынталандыруды ұсынады. Латералды ойлау - шығармашылық сызбасын, жаңа идеяларды құру үрдісін көрсетеді. Бұндай схемалар жиынтығы, креативті ойлау мен оны іске асыруға көмектеседі. «Латералдық ойлау»