

АКТУАЛЬНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГА

Хвалея А. Я., студент

Научный руководитель – Сергиевич Т. В., к.э.н., доцент

доцент каф. «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет

г. Минск, Республика Беларусь

Технологии имеют потенциал к дальнейшему своему развитию, а осведомленность хозяйствующих субъектов о применяемых инструментах маркетинга позволяет им в последующем более быстро приспособиться к изменениям.

Большое значение в становлении инструментов маркетинга имеет дифференциация продукции. Сегодня возникает необходимость подробного изучения желаний целевой аудитории для предложения альтернатив при выборе товара, реализуемого в рамках массового производства, – кастомизации.

Что касается поля SMM-маркетинга и его инструментов, внедрение рекламы в мессенджеры, социальные сети является весьма эффективным, так как сегодня люди часто общаются посредством различных приложений. Также одной из сегодняшних тенденций является использование live-video, которые можно применять в качестве средства презентации товара или услуги.

Промышленный Интернет вещей при правильном его применении может стать способом изучения потребителя. «Умные» вещи обладают способностью не только удовлетворять потребности потребителя, но и доставлять производителю дополнительную информацию о его предпочтениях, что позволяет усовершенствовать товар.

Нельзя игнорировать результаты внедрения искусственного интеллекта в сферу маркетинга. Чатботы могут использовать искусственный интеллект, глубокое обучение и данные, полученные с помощью Интернета, чтобы изучить и направить потребительское поведение.