

РОЛЬ DIGITAL-ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОДВИЖЕНИИ БРЕНДА БЕЛУРУССКОЙ ЖЕЛЕЗНОЙ ДОРОГИ

Сегодня перед многими отечественными компаниями стоит задача повышения конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках. Одним из инструментов, которые позволяют обеспечить рост рыночных показателей (объемов продаж, прибыли, доли рынка), повысить скорость и эффективность выхода на новые целевые рынки, является бренд компании и работа по его продвижению.

Практика развитых стран показала, что создание сильного рыночного бренда – неотъемлемая часть современной коммерческой структуры.

Современные условия бросают новые вызовы предприятиям, и сегодня традиционные маркетинговые инструменты не всегда приносят желаемый результат: они либо вовсе перестают действовать, либо не демонстрируют соответствующего эффекта. Вследствие этого многие бренды вынуждены обращать свое внимание на новые формы и каналы продвижения товаров и услуг.

Одним из таких каналов являются digital-технологии, то есть цифровые технические средства.

Digital-сфера на сегодня достаточно новая сфера, которая расширяет границы традиционного маркетингового продвижения путем добавления новых каналов – Интернета, социальных сетей, мессенджеров и пр. При этом основной акцент в работе делается на возможностях сетевых медиа, а для привлечения внимания аудитории используется онлайн-среда.

Государственное объединение «Белорусская железная дорога» представляет собой крупнейшего поставщика на рынке транспортных услуг, что обеспечивается в первую очередь ее естественно-монополистическим характером деятельности. Однако конкуренты в области автомобильного, авиационного и речного транспорта проводят активную работу по «перетягиванию» на себя части клиентов, что вызывает необходимость в проведении дополнительной работы по удержанию клиентов. Одним из направлений такой работы является более активное продвижение бренда Белорусской железной дороги, в чем на современном этапе могут помочь digital-технологии (цифровые технологии).

Сегодня цифровые технологии представляют собой огромный мир, включающий развлечения (игры, фильмы, телевизионные шоу, видео-блоги), сервисы по поиску и облачные хранилища информации, обмен почтовыми сообщениями, мессенджеры, чаты, форумы, социальные сети, онлайн-опросы и т.п. Данные технологии меняют мир потребителя транспортных услуг, его привычки, предпочтения. Исследования, проводимые психологами подтверждают то, что сегодня люди по-другому потребляют информацию, выражают эмоции, общаются друг с другом. Таким образом, компаниям, которые хотят удержать

лидирующее положение на рынке, необходимо активнее использовать digital-технологии, чтобы наиболее лучшим образом удовлетворять интересы и потребности современных потребителей.

Исследования показали, что ряд крупных компаний, имеющие свои собственные бренды, уже обратили внимание на digital-сферу, но при этом не всегда уделяют данному каналу продвижения должное внимание. При этом использование цифровых технологий в продвижении бренда является мощным инструментом, который обладает массой преимуществ.

Проведенные исследования позволили выделить основные инструменты, которые можно использовать Белорусской железной дороге при продвижении своего бренда:

– создание мобильного приложения с удобным функционалом и интерфейсом. На сегодняшний момент разработанное приложение «БЧ. Мой поезд» имеет большое количество отрицательных отзывов пользователей, что показывает необходимость исправления ошибок в нем и доработки отдельных функций;

- развитие сайта, в том числе подключение модуля онлайн консультаций;
- блоггинг;
- вирусная реклама;
- продвижение групп в социальных сетях (SMM);
- контент-маркетинг (публикации на различных тематических ресурсах);
- email-маркетинг;
- таргетированная и контекстная реклама;
- партнерские программы;
- мессенджер-маркетинг и пр.

Использование вышеуказанных инструментов позволит увеличить узнаваемость бренда Белорусской железной дороги, создать и поддержать «желаемый» образ в сознании потребителя, и тем самым обеспечить рост доходов железной дороги в перспективе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 **Abdurrahman, F.** Digital marketing: peningkatan kapasitas dan brand awareness usaha kecil menengah / F. Abdurrahman // *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*. – 2019. – № 2. – С. 85–103.

2 **Беккер, Т.А.** Цифровой бизнес: основы цифровой экономики, цифровой маркетинг / Т.А. Беккер, В.А. Беккер // *Современная экономика: актуальные вопросы, достижения и инновации* : сб. ст. XXXI Международной науч.-практ. конф. – 2019. – С. 127–129.

T. SHORETS

Belarusian State University of Transport

THE ROLE OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN BRAND PROMOTION BELARUSIAN RAILWAY