УДК 339.138

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА КАК ОСНОВА МЕЖФИРМЕННОЙ КООРДИНАЦИИ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СФЕРЕ УСЛУГ

С. А. Баранова[1], Е. В. Сумина[2]

[1]Сибирский федеральный университет
Российская Федерация, 660041, г. Красноярск, просп. Свободный, 79
[2]Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31
[1]E-mail: Baranova1194@mail.ru

Рассмотрен такой инновационный инструмент интернет-маркетинга, как Big Data. Определены возможные сценарии использования данных технологий в сфере услуг. Приведен опыт успешного внедрения данных технологий российскими компаниями.

Ключевые слова: большие данные, инновации, интернет-маркетинг, сфера услуг, маркетинг услуг.

INNOVATIVE TECHNOLOGIES OF INTERNET MARKETING AS A BASIS OF INTER-COMPANY COORDINATION AND COOPERATION IN THE SERVICE SECTOR

S. A. Baranova[1], E. V. Sumina[2]

[1]Siberian Federal University
79, Svobodny Av., Krasnoyarsk, 660041, Russian Federation
[2]Reshetnev Siberian State University of Science and Technology
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation
[1]E-mail: Baranova1194@mail.ru

The article considers an innovative Internet marketing tool as Big Data. The paper identifies possible scenarios to use these technologies in the service sector. The experience of successful implementation of these technologies by Russian companies is demonstrated.

Keywords: big data, innovations, Internet marketing, services, service marketing.

Современная экономика зачастую отожествляется с информационной экономикой. Это произошло благодаря развитию информационных и коммуникационных технологий (ИКТ), цифровой связи, компьютерных сетей и автоматизированных систем управления.

Эффективная маркетинговая стратегия выстраивается на основополагающем принципе – адаптивность к современным условиям. Таким образом, переход к информационной экономике повлек за собой расширение маркетинговой деятельности.

В условиях современной экономики стремительно накапливается и создается большое количество данных. Как в промышленности, так и в сфере услуг накапливаются не только текстовая, но и аудио-, фото- и видеоинформация, которая являются ключом к эффективному управлению.

Рост объема информации является причиной появления программного обеспечения, способствующего оперативной обработке больших объемов информации, а также снижению издержек, связанных с хранением, сбором и передачей информации.

Благодаря двум процессам – увеличению потребности бизнеса в обработке и хранению больших данных, а также появлению технической возможности оперативно обрабатывать такие данные с минимальными издержками, появилось такое перспективное направление, как Big Data (Большие данные).

Несмотря на то, что в сфере услуг реализовано не так много проектов связанных с Большими данными, интерес к этой области растет. Компании внедряют данные технологии для решения проблем конкурентоспособности и совершенствованию взаимоотношений с клиентами.

Термин больших данных появился не так давно, поэтому невозможно дать общепринятое определение. Одним из первых в науке этот термин использовал Клиффорд Личн, описывая Большие данные как набор подходов, методов и инструментов обработки структурированных, а также неструктурированных данных в огромном количестве для приведения информации к воспринимаемому человеком виду [1].

Согласно международной исследовательской и консалтинговой компании IDC, объемы существующих данных будут увеличиваться на 40 %, а рынок Big Data достигнет 150,8 млрд долл. дохода [2].

Лидерами на рынке услуг, использующие технологии Больших данных, являются Интернет и телекоммуникационные компании. Например, маркетинговый отел Яндекса планирует запустить платформу «Атом»,

которая будет функционировать на основе Больших данным.

Основной его задачей является адаптация сайта в соответствии с интересами потребителей, основываясь на экспресс анализе активности посетителей. Специалисты компании отмечают положительный эффект от использования Больших данных, например, увеличение рыночной доли «Яндекса» [3].

По словам руководства Альфа-Банка, использование Big Data позволяет компании достичь большего конкурентного преимущества. Так, с помощью платформы Oracle, банк, используя информацию из различных источников, в том числе и социальных сетей, формирует уникальное предложение для клиентов, то позволяет эффективно предлагать банковские продукты [4].

С точки зрения маркетинга, Большие данные позволяют найти новые источники информации и выявить скрытые взаимосвязи. Также новые технологии позволяют ускорить процесс принятия решений в области кастомизации предложений и удержания клиентов.

Специалисты маркетинга на основе технологий Big Data могут разработать и реализовать инновационные сценарии взаимодействия с клиентами. Рассмотрим несколько из них.

Один из возможных сценариев подразумевает испольование технологий Больших данных в качестве инструмента сбора и обработки информации о поведении клиента на сайтах, его финансовых операций и данных из профиля социальных сетей. Используя эти данные, компания может сформировать уникальное предложение, основанное на поведении конкретного потребителя, и отправить его наиболее приемлемым путем (электронное письмо, смс, сообщение в мессенджере или социальных сетях). Второй сценарий предусматривает оперативную маркетинговую реакцию на изменение спроса к определенной услуге.

На основе анализа данных посещения клиентом страниц определенной услуги система позволяет сформировать персональное предложение по данной услуге. Данное предложение будет получено клиентом при посещении другого сайта или социальных сетей при помощи контекстной рекламы.

Третий сценарий рассматривает возможность использования Больших данных для анализа разговоров call-центра. Технологии позволяют оператору во время разговора с клиентом посмотреть необходимую информацию о клиенте, содержание предыдущих разговоров, а также предоставляют подсказки в работе с клиентом, побуждающие его к определенным действиям [5].

Таким образом, технологии Big Data являются инновационным инструментом в руках маркетолога. На основе поведения потребителя в Интернете компании могут составить уникальное торговое предложение для потребителя, что позволит увеличить выручку и уменьшить отток клиентов за счет повышения эффективности маркетинговых кампаний.

Библиографические ссылки

1. Clifford A. Lynch, “Big data: How do your data grow?” *Nature*. 2008. Vol. 455, № 7209 (September 3).

2. International Data Corporation, Worldwide Semiannual Big Data and Analytics Spending Guide [Электронный ресурс]. Available at: https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=IDC_P33195 (accessed: 13.09.2017).

3. Яндекс: Технологии Big Data уже помогли нам увеличить рыночную долю [Электронный ресурс]. URL: http://www.cnews.ru/articles/yandeks_tehnologii_big_data_uzhe_pomogli (дата обращения: 13.09.2017).

4. Савинова М. Альфа-банк: как Большие данные совершенствуют большой банк [Электронный ресурс]. URL: ttps://blogs.oracle.com/russia/alfabankbig-databigbank (дата обращения: 13.09.2017).

5. 10 российских банков из топ-30 используют технологии Big Data [Электронный ресурс]. URL: http://www.cnews.ru/news/top/10_rossijskih_bankov_iz_top30_ispolzuyut (дата обращения: 13.09.2017).

References

1. Clifford A. Lynch, “Big data: How do your data grow?” *Nature*. 2008. Vol. 455, № 7209 (September 3).

2. International Data Corporation, Worldwide Semiannual Big Data and Analytics Spending Guide [Электронный ресурс]. Available at: https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=IDC_P33195 (accessed: 13.09.2017).

3. Jandeks: Tehnologii Big Data uzhe pomogli nam uvelichit’ rynochnuju dolju [Jelektronnyj resurs]. Available at: http://www.cnews.ru/articles/yandeks_tehnologii_big_data_uzhe_pomogli (accessed: 13.09.2017).

4. Savinova M. Al'fa-bank: kak Bol'shie dannye sovershenstvujut bol'shoj bank [Jelektronnyj resurs]. Available at: ttps://blogs.oracle.com/russia/alfabankbig-databigbank (accessed: 13.09.2017).

5. 10 rossijskih bankov iz top-30 ispol'zujut tehnologii Big Data [Jelektronnyj resurs]. Available at: http://www.cnews.ru/news/top/10_rossijskih_bankov_iz_top30_ispolzuyut (accessed: 13.09.2017).

© Баранова С. А., Сумина Е. В., 2017