

УДК 339.138:004

МАРКЕТИНГ ФИНАНСОВЫХ ИНСТИТУТОВ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Е.А. Западнюк,

к.э.н., зав.каф. экономической теории и мировой экономики

А.М. Баранов,

к. э.н., доц. кафедры экономической теории и мировой экономики,

ГГУ им.Ф.Скорины,

г. Гомель

Аннотация: В статье рассматриваются ключевые аспекты маркетинга финансовых институтов в условиях цифровой экономики. Подчеркивается, как изменения в потребительском поведении, вызванные развитием технологий, требуют от финансовых учреждений адаптации своих маркетинговых стратегий. Основное внимание уделяется новым инструментам цифрового маркетинга, таким как социальные сети, контент-маркетинг и SEO, которые помогают эффективно взаимодействовать с клиентами. Рассматриваются вызовы, с которыми сталкиваются финансовые институты, включая конкуренцию, защиту данных и необходимость соблюдения законодательства. В заключение акцентируется важность внедрения инновационных решений и использования искусственного интеллекта для повышения конкурентоспособности и создания персонализированного клиентского опыта.

Ключевые слова: потребительское поведение, персонализация, онлайн-банкинг, социальные сети, контент-маркетинг, SEO, конкуренция, защита данных, регулирование, искусственный интеллект

С переходом в цифровую эпоху, потребительское поведение претерпело значительные изменения. Клиенты стали более информированными и требовательными. Они ожидают удобства, скорости и персонализированного подхода. В результате, финансовые институты должны адаптировать свои маркетинговые стратегии, чтобы соответствовать новым требованиям. Финансовые институты

должны предполагать инвестиции в технологии, которые обеспечивают удобный доступ к услугам, чтобы удовлетворить новые потребности клиентов. По данным McKinsey, 75% потребителей ожидают, что финансовые услуги будут доступны через мобильные приложения [1].

С использованием больших данных и аналитики, финансовые учреждения могут создавать персонализированные предложения для своих клиентов. Персонализация включает в себя адаптацию продуктов и услуг под индивидуальные требования, что помогает повысить лояльность и удовлетворенность клиентов. По данным Statista, в 2023 году количество пользователей социальных сетей достигло 4.9 миллиарда, что составляет более 60% мирового населения [2]. Исследование Accenture показало, что 91% потребителей готовы делиться своими данными с компаниями для получения персонализированных предложений [3].

В цифровой экономике финансовые институты имеют доступ к множеству инструментов, которые помогают им эффективно продвигать свои услуги и взаимодействовать с клиентами. HubSpot сообщает, что компании, использующие контент-маркетинг, получают на 3 раза больше лидов, чем те, кто не использует этот подход [4].

Социальные сети стали важным каналом для продвижения финансовых услуг. Цифровые платформы, такие как LinkedIn, позволяют финансовым учреждениям взаимодействовать с клиентами, делиться полезной информацией и продвигать свои продукты. Использование социальных сетей также помогает строить доверительные отношения с клиентами.

Создание качественного контента, который отвечает на вопросы и потребности клиентов, является важным аспектом маркетинга. Блоги, вебинары, видео и инфографика помогают финансовым институтам позиционировать себя как экспертов в своей области и привлекать внимание целевой аудитории. По данным Search Engine Journal, 93% всех онлайн-опытов начинаются с поиска, что подчеркивает важность SEO для привлечения клиентов [5].

Оптимизация для поисковых систем (SEO) и маркетинг в поисковых системах (SEM) играют ключевую роль в привлечении трафика на веб-сайты финансовых институтов. Правильное использование ключевых слов и создание качественного контента

помогают улучшить видимость в поисковых системах и привлечь потенциальных клиентов.

Несмотря на множество возможностей, цифровой маркетинг также сталкивается с рядом вызовов.

С увеличением числа финансовых учреждений, работающих в цифровом пространстве, конкуренция становится все более острой. Финансовым институтам необходимо находить уникальные способы выделиться среди множества предложений. По данным Deloitte, более 80% банков и финансовых учреждений рассматривают финтех-компании как основных конкурентов [6].

С ростом цифровых услуг увеличивается и риск утечек данных. Финансовые учреждения должны обеспечивать высокий уровень безопасности и защиты данных клиентов, что становится важным аспектом их маркетинговых стратегий. Согласно отчету IBM, в 2022 году средняя стоимость утечки данных составила 4.35 миллиона долларов [7].

Финансовая отрасль подвержена нормативно-правовому регулированию. Финансовые институты должны быть внимательны к соблюдению законодательства при проведении маркетинговых кампаний, особенно в отношении рекламы и защиты прав потребителей. По данным ЕУ, 56% финансовых учреждений считают соблюдение нормативных требований одной из главных проблем в цифровом маркетинге [8].

В условиях быстро меняющегося цифрового ландшафта, финансовые институты должны постоянно адаптироваться и внедрять новые технологии. Это включает в себя использование искусственного интеллекта для анализа данных, автоматизацию процессов и внедрение инновационных решений, таких как блокчейн и финтех-продукты.

Искусственный интеллект может существенно улучшить маркетинговые стратегии, позволяя финансовым учреждениям анализировать поведение клиентов и предсказывать их потребности, что помогает создавать более эффективные и целенаправленные маркетинговые кампании. По данным Gartner, 37% организаций используют искусственный интеллект в своих бизнес-процессах в 2022 году, и эта цифра продолжает расти [9].

Разработка новых финансовых продуктов и услуг, таких как криптовалюты, мобильные платежи и P2P-кредитование, открывает новые возможности для маркетинга и привлечения клиентов. По данным Statista, рынок финтеха ожидает роста до 305 миллиардов долларов США к 2025 году, что подчеркивает значимость инновационных финансовых продуктов [10].

Маркетинг финансовых институтов в цифровой экономике требует гибкости, инноваций и глубокого понимания потребностей клиентов. Используя современные инструменты и технологии, финансовые учреждения могут эффективно взаимодействовать с клиентами, повышать свою конкурентоспособность и обеспечивать устойчивый рост. Важно не только привлекать новых клиентов, но и строить долгосрочные отношения, основанные на доверии и корпоративной социальной ответственности в целях повышения конкурентоспособности и создания персонализированного клиентского опыта.

Список литературы

- [1] McKinsey & Company The Future of Banking: The Consumer Perspective [Электронный ресурс] – URL: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/the-future-of-banking-the-consumer-perspective> (дата обращения 10.12.2024).
- [2] Accenture. The Future of Financial Services: How to Win in the Digital Age [Электронный ресурс] – URL: <https://www.accenture.com/us-en/insights/financial-services/future-financial-services> (дата обращения 10.12.2024).
- [3] Statista. Number of social media users worldwide from 2010 to 2023 [Электронный ресурс] – URL: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/> (дата обращения 10.12.2024).
- [4] HubSpot. The Ultimate Guide to Content Marketing [Электронный ресурс] – URL: <https://blog.hubspot.com/marketing/content-marketing> (дата обращения 10.12.2024).

[5] Search Engine Journal. SEO Statistics: 2022 Data & Trends [Электронный ресурс] – URL: <https://www.searchenginejournal.com/seo-statistics/> (дата обращения 10.12.2024).

[6] Deloitte. 2022 Global FinTech Report [Электронный ресурс] – URL: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/financial-services/articles/global-fintech-report.html> (дата обращения 10.12.2024).

[7] IBM. Cost of a Data Breach Report 2022 [Электронный ресурс] – URL: <https://www.ibm.com/security/data-breach> (дата обращения 10.12.2024).

[8] EY. Global Regulatory Outlook 2022 [Электронный ресурс] – URL: https://www.ey.com/en_gl/financial-services/global-regulatory-outlook-2022 (дата обращения 10.12.2024).

[9] Gartner. Gartner Survey Reveals 37% of Organizations Have Implemented AI in Some Form [Электронный ресурс] – URL: <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2022-04-06-gartner-survey-reveals-37-percent-of-organizations-have-implemented-ai-in-some-form> (дата обращения 10.12.2024).

[10] Statista Fintech Market Size Worldwide from 2018 to 2025. [Электронный ресурс] – URL: <https://www.statista.com/statistics/1235105/global-fintech-market-size/> (дата обращения 10.12.2024).

© Е.А. Западнюк, А.М. Баранов, 2024