

Е. С. Ляшенко

НОВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ИНФОРМАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Рассматриваются новые направления применения инновационных технологий информационного менеджмента в условиях пандемии COVID-19. Анализируются проблемы и перспективы использования интернет-маркетинга и цифровых платформ продвижения бизнеса, рассматриваются особенности рекламных сетей крупных транснациональных компаний, использующих новые технологии менеджмента.

Кризис, вызванный пандемией COVID-19, спровоцировал изменение потребительских запросов и повлиял на структуру рынка потребления. Перед менеджерами, использующими информационный менеджмент, поставлена сложная задача по переосмыслению стратегии компаний и способов работы с клиентами.

Пандемия создала неопределенность для менеджеров: кто-то готов объявить о своём банкротстве, некоторые всё оптимизируют, другие же используют онлайн-технологии. Генеральный менеджер интернет-компании LiveInternet, основатель и владелец новостного агрегатора MediaMetrics Герман Клименко считает создавшуюся ситуацию исключительной возможностью для бизнеса: «Внезапно у всех стали равные шансы, коронавирус всех отбросил на равные позиции. Это “великое обнуление”, при котором каждый может зайти на рынок и конкурировать даже с “монстрами”» [1].

В условиях «новой реальности» компании, перешедшие в онлайн, столкнулись с проблемой продвижения личного бренда, создания актуальной рекламы, ориентированной на «своих» потребителей, её доступности и повсеместности. Это повлекло спрос на специалистов, обладающих определенными умениями и навыками, а также владеющих технологиями *информационного менеджмента*. Что касается hard-скиллов, то профессия требует аналитических навыков, чтобы понимать эффективность рекламных кампаний, real-time – аналитика в текущих реалиях необходима для всех бизнесов. Постоянное обучение и наращивание компетенций, гибкость, работа с данными – это необходимые и актуальные для менеджеров и маркетологов направления сегодня. Работа в индустрии фактически сводится к анализу данных и умению оптимизировать кампании максимально быстро, скорость сейчас – решающий фактор в профессии, и у специалистов уже нет возможности планировать следующие шаги в обучении и наращивании опыта на несколько лет вперед. Уметь быстро адаптироваться к переменам, помня о реальных потребностях аудитории, – то, что необходимо в «новой реальности». Важно также проявлять предпринимательский подход и думать с позиции бизнеса в целом, а не только с точки зрения продвижения брендов.

Сегодня количество времени, проводимое в digital-среде, значительно увеличилось в режиме самоизоляции. В целом, средний пользователь Интернета сейчас проводит почти семь часов в день, используя Интернет на всех устройствах, что соответствует более 48 часам в неделю. Последние результаты GWI демонстрируют, что люди проводят в Интернете больше времени каждый день, чем в предыдущие годы. В третьем квартале 2020 года типичный интернет-пользователь ежедневно проводил в сети на 16 минут больше, чем в третьем квартале 2019 года, что на 4 % больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года (рисунок 1) [2].

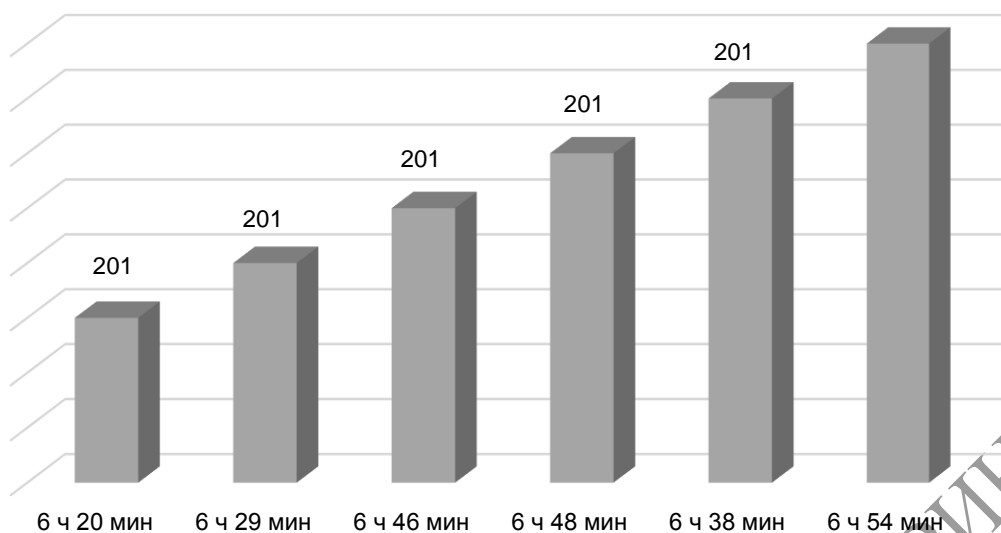


Рисунок 1 – Глобальные данные по количеству ежедневного времени, проведенного в Интернете

На сегодняшний день огромным спросом на просторах Internet пользуется так называемая PPC – реклама или реклама с оплатой за клик. По состоянию на 2021 год отрасль PPC оценивается в более 109 млрд. долл. США, специалисты прогнозируют, что только за этот год она вырастет до 124 млрд. долл. США. Даже COVID-19 был не в силах остановить ошеломительный рост контекстной рекламы. Причина заключается в том, что платформы PPC-рекламы по-прежнему предлагают наиболее широкий охват для любого крупного или малого бизнеса.

Рассмотрим разнообразные рекламные сети крупных транснациональных компаний, использующих новые технологии менеджмента [3].

Представим список лучших сетей PPC-рекламы:

– Google Ads. Google – крупнейшая сеть PPC-рекламы, доля которой на мировом рынке составляет более 78 %. Помимо того, что Google – крупнейшая сеть PPC-рекламы, компания также предлагает отличный выбор бесплатных инструментов, как, например, Google Analytics (аналитика Google) и Keyword Planner (планировщик ключевых слов), которые помогут вам сделать свою маркетинговую деятельность максимально результативной.

– Microsoft Advertising (Bing Ads). Альтернативу для Google Ads, которая предлагает низкую стоимость клика по сравнению с Google и при этом обладает отличным охватом.

– Facebook Ads. Эта рекламная сеть предлагает разнообразный, но при этом интересный, пакет услуг по размещению рекламы. В то время как Google и Microsoft Ads за основу берут поиск, Facebook Ads фокусируется на таргетинге.

– LinkedIn Ads. Социальная сеть LinkedIn, известная как «Facebook для профессионалов», показывает устойчивый рост популярности в качестве PPC-платформы. Причина такого явления в том, что у рекламодателей появляется доступ к платформе, которой пользуются люди с хорошим образованием, деловой хваткой, высокой покупательской способностью и с желанием покупать товары или услуги.

– Taboola. Специализируется на спонсорском контенте, который отлично встраивается в любой список новостных статей или контент, который публикуют партнерские веб-сайты Taboola.

– Outbrain. В настоящее время Outbrain находится в собственности у Taboola, поэтому в значительной степени это одна и та же рекламная сеть. Обе они ориентированы на контент-маркетинг и включают в себя подборку качественных веб-сайтов.

– RevContent. Это сеть нативной рекламы с самыми высокими темпами роста в мире.

- Reddit Ads. Это крупнейший в мире социальный веб-форум.
- AdRoll. Одна из крупнейших рекламных сетей с возможностями ретаргетинга, AdRoll, – это мощный инструмент для повышения количества повторных посещений веб-сайтов или превращения заинтересованных посетителей в реальных клиентов. В основе механизма работы AdRoll лежит искусственный интеллект, разработанный с целью понимания поведения посетителей.
- RTV House. Вариант рекламной сети с возможностями ретаргетинга, который предлагает свой собственный бренд инструментов, основанных на искусственном интеллекте.
- Twitter Ads. Это полезный инструмент PPC-рекламы, разработанный для предпринимателей.
- Twitch Ads. Это платформа онлайн-трансляций, изначально основанная на прямых трансляциях видеоигр. В наши дни вы сможете найти музыкантов, видеоблогеров и других интересных личностей на этой активно развивающейся платформе.
- AdNow. Платформа нативной рекламы, которая предлагает доступ к 160 000 и более рекламных издателей. AdNow, предлагая торги в реальном времени, дает рекламодателям возможность показывать аудитории этой сети нативную или баннерную рекламу.
- AdRecover. Эта «умная» сеть PPC-рекламы открывает для рекламодателей возможность обходить блокировщиков рекламы при помощи полностью зависящей от разрешения пользователя и ненавязчивой рекламы.

Современная корпорация существует в условиях информационной экономики. Все современные тенденции развития информационного менеджмента, связанные с пандемией коронавируса, связаны с проблемами приобретения, обработки, интерпретации измерительной экономической информации. Обеспечить эффективное функционирование современных корпоративных информационных систем невозможно без внедрения сетевых информационных технологий работы с «большими данными», механизмов организации инфокоммуникационных взаимодействий элементов инфраструктуры с внешней и внутренней средами.

Литература

- 1 Маркетинговые стратегии брендов в новых реалиях [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://asninfo.ru/news-partners/962-kak-izmenitsya-internet-marketing-za-period-pandemii>. – Дата доступа : 26.04.2021.
- 2 Global overview report [Electronic resource]. – Mode of access : <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>. – Date of access : 27.04.2021.
- 3 Топ-14 лучших сетей рекламы с оплатой за клик в 2021 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://vc.ru/marketing/225839-top-14-luchshih-setey-reklamy-s-oplatoy-za-klik-v-2021-godu>. – Дата доступа : 20.04.2021.