

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Цифровые медиа: тренд или реальность?

Пугаева Марина Андреевна

Студент

*Волгоградский государственный технический университет, Экономика и управление,
Волгоград, Россия*

E-mail: biscuit.star@gmail.com

В эпоху информационного общества люди все больше времени проводят в виртуальном пространстве, используя для этого Интернет и различные цифровые устройства. Такое глобальное погружение людей в on-line приводит к появлению новых каналов для коммуникаций. Ключевым каналом таких коммуникаций становятся цифровые медиа – медиаканалы основанные на использовании цифровых устройств.

К цифровым медиа можно отнести Интернет ТВ, социальные сети, блоги, подкасты, QR-коды, системы мгновенного обмена сообщениями и т.д.

Маркетологи и работники сферы медиа сравнительно недавно стали использовать цифровые медиа для продвижения товаров и услуг, брендов и даже отдельных личностей.

Среди самых популярных цифровых медиаканалов можно выделить социальные сети и микроблоги. К их основным преимуществам можно отнести сравнительную дешевизну (а в исключительных случаях – отсутствие каких-либо затрат), возможность направлять информацию к каждому конкретному человеку и многократное повышение доверия к объекту продвижения.

Интернет – это та сфера, которая развивается быстрее других. И если сегодня социальная сеть имеет 200 миллионов пользователей, то это не значит, что через год она останется такой же популярной. Маркетологам XXI века не достаточно просто изменить свои маркетинговые планы путем добавления в них использование одного-двух цифровых каналов. Они должны фундаментально пересмотреть свой подход, поставив на первый план новые медиа и цифровой маркетинг.

Для успеха компании не достаточно только изменить медиаплан и перестроиться на цифровой маркетинг. Нужно еще и выбрать свой цифровой медиаканал. Это могут быть как, ставшие уже традиционными, социальные сети ВКонтакте, Одноклассники, LiveJournal, Facebook и Twitter. Так и новички рынка цифровых медиа: гео-сервисы, виджеты, мэшапы, узкоспециализированные социальные сети.

Использование цифровых медиа несомненно положительно влияет на маркетинговые ходы компаний. Ступая в ногу со временем, и даже на шаг впереди, у компаний есть возможность занимать лидирующие позиции как можно дольше.

Литература

1. Цифровой маркетинг: Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий: пер. с англ. / Кент Вертайм, Ян Фенвик. – М.: Альпина Паблишерз: Издательство Юрайт, 2010.