

## Интернет-продвижение девелоперских компаний на примере ГК «ПИК»

Научный руководитель – Шаронов Дмитрий Иванович

*Кешишоглян Аида Давитовна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

*E-mail: a.oganyan00@mail.ru*

Строительный сегмент - основа экономики любого государства. Это серьезное направление, которое напрямую влияет на социально-экономическое развитие страны.

В современных условиях, когда мир стремительно меняется, технологии эволюционируют, а инструменты совершенствуются, важно пользоваться всеми возможностями, которые предоставляет нам наука. Важно уметь пользоваться современными технологиями, чтобы не отставать от прогресса и от конкурентов.

Электронный маркетинг, также известный как digital-маркетинг, представляет собой комплекс маркетинговых стратегий, основанных на использовании цифровых устройств, таких как компьютеры, телефоны, смартфоны, планшеты, электронные часы, цифровые телевизоры, touch-панели и другие, а также каналов доступа, таких как интернет, локальные сети с базами данных и другие. Он объединяет различные тактики и методы, технологии и механики для создания присутствия в онлайн-среде, увеличения видимости бренда, генерации потенциальных клиентов и увеличения конверсий [1]. Digital-маркетинг в сфере строительства уникален и специфичен. Какие-то каналы работают лучше, а какие-то совсем не работают или требуют особого подхода. Поэтому, важно разъяснить, какие методы наиболее эффективны для строительного сегмента.

Основные аспекты Digital-маркетинга в сфере строительства:

1. Веб-сайт и оптимизация поисковых систем (SEO)
2. Контент-маркетинг
3. Социальные медиа
4. Платная реклама
5. Email-маркетинг
6. Аналитика и отчетность

Группа Компаний ПИК - ведущий российский застройщик жилой недвижимости. Компания специализируется на проектах в Москве, Московской области и других регионах России. Основная деятельность - строительство и продажа эконом-класса жилья, особенно в области панельного индустриального строительства. Виды деятельности Группы ПИК включают строительство и продажу жилой недвижимости, производство и монтаж сборных конструкций, производство железобетонных и других строительных материалов, управление и эксплуатацию недвижимости, а также комплексный подход к созданию проектов. Они также разрабатывают и строят крупномасштабные жилые проекты с полной коммерческой и социальной инфраструктурой, включая детские сады, школы, спортивные центры и торговые центры [3].

Digital-маркетинг позволяет девелоперским компаниям улучшить свое онлайн-присутствие, привлечь больше потенциальных клиентов, повысить узнаваемость бренда и улучшить конверсии. Рассмотрим ситуацию, которая произошла с ГК «ПИК» в 2022 году. В связи с уходом Google Ads с рынка, компания решила рискнуть и одной из первых среди конкурентов запустить Telegram Ads. За 9 месяцев на канал подписались более 200.000 подписчиков, что составило 532% прироста. Изначально Telegram рассматривался ими в

качестве охватного инструмента, но он начал приносить прямые сделки с постов и работать на уровне перформанс-каналов. На конкурсе E+ Awards 2023 «ПИК» был награжден в номинации «Медиаидея и медиаинновация» за то, что смогли эффективно заменить потерянный Digital-инвентарь, сделав ставку на Telegram как на рекламный канал и основную бренд-платформу. [4]

Таким образом можно сделать вывод, что ПИК умело адаптировался к изменяющимся трендам и использовал Telegram в своих медиа-стратегиях с большим успехом. В современном быстро меняющемся мире важно открыто и активно искать новые подходы. Это требует гибкости, креативности и открытого ума. Новые подходы открывают нам возможности для новых решений, инсайтов и прорывов, помогая нам преодолеть старые ограничения и достичь новых высот.

### Источники и литература

- 1) Гавриков А.В., Давыдов В.В., Федоров М.В. Digital-маркетинг. Главная книга интернет-маркетолога. - Москва: Издательство АСТ, 2023. - 480 с.
- 2) Котлер Ф. Основы Маркетинга. Краткий курс: Пер. с англ. / Ф. Котлер. – Москва : Издательский дом "Вильямс", 2007. – 656 с.
- 3) Добро пожаловать в ПИК! // ПИК URL: <https://welcome.pik.ru/> (дата обращения: 15.02.2024).
- 4) Открывали «голубые океаны», а не боролись бюджетами: как ПИК менял медиастратегию в 2022 году // Индекс здоровья российского бизнеса URL: <https://business-index.ru/kak-pik-menyal-mediastrategiyu> (дата обращения: 14.02.2024)