

## 36. РАЗВИТИЕ E-COMMERCE В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: РЕАЛЬНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ

*Гречко М.А., Карасюк Д.А., Шатерник А.В.*

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь*

*Архипова Л.И. – канд. экон. наук, доцент*

**Аннотация.** В мире стремительных изменений и постоянно развивающихся технологий, digital-маркетинг не остается в стороне. Статья подчеркивает важность грамотно выстроенной стратегии онлайн-маркетинга и представляет обзор ключевых тренды e-commerce в 2024 году.

**Ключевые слова:** e-commerce, видеомаркетинг, геймификация, контент-маркетинг, искусственный интеллект, инфлюенсеры, дополненная реальность, виртуальная реальность

В современном контексте стремительно развивающихся технологий и постоянных инноваций важность грамотно выстроенной стратегии онлайн-маркетинга для успешной деятельности предприятий становится все более значимой. На первый взгляд может показаться, что в области e-commerce уже достигнут пик развития, однако на практике это далеко не так. Тренды в этой сфере постоянно эволюционируют, и для поддержания высокого уровня конкурентоспособности компаниям необходимо постоянно отслеживать актуальные тенденции в e-commerce. Среди наиболее значимых трендов e-commerce в 2024 году следует выделить:

### **1. Видеомаркетинг**

Данный формат контента продолжит набирать еще большую популярность. Исследование Wuzowl показывает, что более 88% пользователей принимают решение о покупке после просмотра видео о товаре [1]. Видео стимулирует покупки лучше текстового или графического контента, так как позволяет потребителю получить более полное представление о продукте. Различные форматы видео, такие как видеобзоры, персонализированная видеореклама, shoppable-видео, серии роликов с последовательным сюжетом и прямые трансляции (стримы), могут эффективно использоваться для представления продукции или услуг и демонстрации их преимуществ. Особую популярность набирает формат прямых трансляций: так называемые «стримы» смотрят по дороге на работу, во время

перерывов в офисе или просто дома. Такая популярность прямых эфиров обоснована своей атмосферностью и возможностью получения мгновенной обратной связи и максимума достоверной информации от представителей бренда без наигранной режиссуры и постановок.

Также стоит учесть, что в работе с соцсетями компаниям полезно создавать контент, адаптированный под «клиповость» мышления. Так, раньше необходимо было успеть донести аудитории важную информацию за минуту, потом уже за 30 секунд, теперь это время сократилось до 6 секунд [1].

## **2. Интерактивный контент и геймификация**

В современном мире интерактивный контент и геймификация играют одну из ключевых ролей в маркетинге. Интересное и привлекательное содержимое способно заинтересовать потенциального клиента и мотивировать его к действиям. Таким образом, сегодня наличие интерактивных элементов на сайте существенно повышает шансы успешного продвижения и привлечения заинтересованных пользователей.

Среди инструментов интерактивного контента можно выделить как базовые: опросы, конкурсы, различные викторины или калькуляторы онлайн, так и нововведенные: AR-технологии, подкасты, промоигры, маски в приложениях и мессенджерах.

Особой популярностью пользуется геймификация, подразумевающая внедрение игровых элементов, которые подсознательно знакомят пользователя с товаром или услугой. Согласно информации аудиторской компании Deloitte, геймификация увеличивает вовлеченность клиентов в коммуникацию с брендом до 40% [1].

Примерами геймификации служат различные программы лояльности, квизы и другие инструменты, поощряющие гостя оставаться на сайте как можно дольше. При правильной организации маркетинга и формировании лояльности к клиентам пользователи будут не только приобретать предложенную продукцию, но и привлекать друзей и знакомых.

## **3. Контент-маркетинг**

Ожидается, что в ближайшие 5 лет рынок контент-маркетинга увеличится на 16% [2]. Сфера контент-маркетинга характеризуется довольно высоким уровнем рентабельности: это объясняется, относительно экономичностью на фоне стоимости рекламы, причем качественный контент способен привлечь на треть больше клиентов. Статистика показывает, что в период с 2020 по 2023 год количество маркетологов, использующих данный инструмент, выросло с 70% до 82% [3]. На рынке труда прогнозируется дальнейшее увеличение спроса на специалистов в области контент-маркетинга.

Стоит отметить, что Яндекс были произведены обновления алгоритма поисковой системы в августе 2023 года, благодаря которым поисковик стал эффективнее определять неуникальный контент. В случае недостатка оригинального контента или использования автоматических переводов, сайты подвергаются санкциям, снять которые возможно только путем удаления или обновления низкокачественного контента [4].

## **4. Искусственный интеллект, нейросети и чат-боты**

По состоянию на начало 2024 года различные решения на базе искусственного интеллекта применяют 39% российских компаний [5] для автоматизации и повышения качества исполняемых бизнес-процессов. Данные технологии используются организациями как при создании контента, настройке поисковых систем, так и в чат-ботах для формирования персонализированных предложений на основе интересов аудитории и возможности отвечать на запросы потенциальных потребителей круглосуточно, что требуется в 64% случаев. По статистике, 55% покупателей остаются довольны консультацией, а около 80% покупателей устраивают услуги ботов, отвечающих на все возникающие вопросы. К 2024 году расходы в розничной торговле через этот сервис вырастут до \$142 млрд. Для сравнения: в 2019 году эта цифра составляла всего \$2,8 млрд [2].

## **5. Голосовые помощники, такие как Alexa или Google Assistant**

Популярность голосовых помощников среди пользователей гаджетов стремительно увеличивается с каждым днем. Возможность получения быстрого доступа к информации в интернете является одним из ключевых факторов, влияющих на увеличение спроса на данный инструмент. Специалистам по SEO-оптимизации рекомендуется адаптировать свои подходы под голосовой поиск с учетом особенностей разговорного языка.

## **6. Маркетинг с участием микро- и нано-инфлюенсеров**

Эффективность данного подхода обеспечивается возможностью акцентировать внимание на узкой, но высокоценной целевой аудитории.

## **7. Аудиоформаты**

Подкасты становятся популярным и эффективным средством продвижения бренда, благодаря своей доступности к прослушиванию в любое время и в любом месте. Однако при работе с аудиоконтентом возникают определенные трудности, например, неодинаковая сложность восприятия различных тематик на слух. Для сравнения, материалы о психологии или истории могут быть легко усвоены аудиторией, в то время как подкасты на сложные технические тематики могут быть более

сложны для восприятия в аудиоформате. В таких случаях текстовый формат может оказаться более предпочтительным для получения и усвоения информации.

### **8. Расширенная (AR) и виртуальная реальность (VR)**

Исследование Snapchat показало, что использование технологии дополненной реальности (AR) приводит к увеличению конверсии на 94% [6]. AR не только способствует внедрению геймификации на сайт, но также позволяет клиентам погрузиться в виртуальное пространство, не покидая дома, где они могут виртуально взаимодействовать с продуктами, примерять одежду, изменять интерьер комнаты или путешествовать по курортам. Более половины покупателей поделились: использование дополненной реальности увеличивает их уверенность в качестве товара.

Таким образом, сфера e-commerce в ближайшее время продолжит свое развитие под влиянием инноваций и трендов. Компании, осмелившиеся адаптироваться к этим трендам, смогут открыть новые перспективы для роста и успешно взаимодействовать с современным потребителем. Предполагается, что в фокусе будут находиться такие инновационные подходы к взаимодействию с пользователями, как использование видеоформата, геймификация, интеграция искусственного интеллекта и другие методы. В дополнение к уже отмеченным инструментам, стоит отметить растущую популярность социальных сетей и предлагаемых ими инструментов для продвижения, таких как TikTok, Reels и Shorts.

#### **Список использованных источников:**

1. 10 трендов интернет-маркетинга в 2024-м: новые старые методы продаж / Mindbox журнал [Электронный ресурс] – Электронные данные. – Режим доступа: <https://mindbox.ru/journal/education/trendy-internet-marketinga/>
2. 8 основных трендов интернет-маркетинга 2024: чек-лист / Increase Sales [Электронный ресурс] – Электронные данные. – Режим доступа: <https://ics-media.ru/blog/marketing/chesk-list-trendov-internet-marketinga-2024/>
3. Тренды маркетинга 2023 – самые актуальные новинки и проверенные методики / ООО «Генератор продаж». [Электронный ресурс] – Электронные данные. – Режим доступа: <https://sales-generator.ru/blog/samye-aktualnye-trendy-marketinga/#2>
4. Обзор обновлений в поиске Яндекс и Google за 2023 год / Блог проекта CyberMarketing.ru [Электронный ресурс] – Электронные данные. – Режим доступа: <https://blog.cybermarketing.ru/obzor-obnovlenij-v-poiske-yandeksa-i-google-za-2023-god/>
5. Искусственный интеллект (рынок России) / TAdviser [Электронный ресурс] – Электронные данные. – Режим доступа: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Искусственный\\_интеллект\\_%28рынок\\_России%29](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Искусственный_интеллект_%28рынок_России%29)
6. Марта [Электронный ресурс] – Электронные данные. – Режим доступа: <https://martha.pro/ru/>, content marketing, artificial intelligence, influencers, augmented reality, virtual reality.