

36. DIGITAL-СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ РАБОТ ОРГАНИЗАЦИЙ В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

*Сороко П.Ю., Тригубович А.Д., студенты гр.478105, Раптунович О.М., магистрант
гр. 376741*

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

Ефремов А.А. – канд. экон. наук, доцент каф. ЭИ

Аннотация. Строительная отрасль традиционно характеризуется высокой сложностью процессов, значительными затратами и длительными сроками реализации проектов. В современных условиях цифровая стратегия становится важным инструментом повышения эффективности и конкурентоспособности. В данной статье анализируются ключевые методы цифровизации в строительстве, а также основные вызовы и пути их преодоления.

Создание цифровой стратегии — это не просто внедрение новых технологий. Это переосмысление вашего бизнеса с нуля, привязка инвестиций в программное обеспечение к результатам бизнеса и трансформация операций с помощью корпоративного программного обеспечения и новых технологий.

Цифровая стратегия — это план, который интегрирует технологии в бизнес для создания эффективных процессов, успешного взаимодействия с клиентами и сохранения конкурентоспособности в цифровом мире. Она предполагает трансформацию бизнес-процессов и повышение их эффективности, понимание потребностей клиентов, оптимизацию операций, использование данных и формирование гибкой и инновационной корпоративной культуры.

Digital-стратегия означает стратегическое внедрение новых цифровых возможностей и программных систем, позволяющих максимально масштабировать бизнес-операции и достигать поставленных целей. Это требует применения новых технологий в существующей бизнес-деятельности как способа повышения эффективности цепочки поставок, качества выпускаемой продукции, качества обслуживания клиентов, укрепления взаимоотношений, а также внутренней координации и управления.

Digital - стратегия развития и продвижения позволяет развиваться в интернете, используя для этого доступные каналы. Применение данной стратегии позволяет увеличить количество целевой аудитории, улучшить ключевые показатели маркетинга, повысить эффективность вложений и правильно составить план для достижения цели.

В зависимости от отрасли, целей разработки и аудитории стратегии делятся на следующие виды:

Содержательная (Content Strategy) — она направлена на создание и распространение контента, способного заинтересовать и удержать пользователей.

Социальная медийная (Social Media Strategy) — такая стратегия для контакта с аудиторией и повышения узнаваемости бренда использует социальные сети.

Поисковая (Search Marketing Strategy) — данный вид стратегии основан на привлечении посетителей на сайт с помощью поисковых систем посредством оптимизации контента и оплаты за клики.

Электронная коммерция (E-commerce Strategy) — эта стратегия, направленная на развитие интернет-продаж путем электронной коммерции.

Мобильная (Mobile Strategy) — данный вид стратегии предполагает использование мобильных устройств для взаимоотношений с потребителями, создание приложений, оптимизацию мобильного варианта сайта и применение мобильной рекламы.

Аналитическая (Analytics Strategy) — эта стратегия основана на сборе, оценке и использовании информации для принятия решений.

Продвижение работ в строительстве — это сложная задача, которая требует системных изменений в индустрии. Цифровая стратегия в строительстве — это комплексный подход к внедрению цифровых технологий для повышения эффективности, снижения затрат и минимизации рисков на всех этапах жизненного цикла строительного проекта. Цифровая стратегия в строительстве — это не просто тренд, а необходимость для конкурентоспособности. Компании, внедряющие новые технологии, получают значительное преимущество в скорости, стоимости и качестве строительства. Поэтому инструментам digital-стратегии следует уделить особое внимание. Далее разберем их примеры.

1. Анализ целевой аудитории (Target audience analysis). Целевая аудитория — это группа людей, объединенная какими-то общими признаками. Сбор и анализ целевой аудитории является

обязательным условием успешного начала и развития бизнеса, поскольку иначе вы просто не найдете или не поймете своих покупателей.

2. Облачные технологии (Cloud computing). Услуга, с помощью которой пользователь получает специальные вычислительные ресурсы через сеть, например, оперативную память, сетевые соединения, пространство на диске для решения самых разных задач. Обеспечивают удаленный доступ к данным и возможность совместной работы всех участников проекта.

3. Искусственный интеллект и анализ данных (Artificial intelligence and Data analysis). Искусственный интеллект позволяет технике мыслить как человек. Но он не заменяет людей, а, наоборот, увеличивает возможности нашего потенциала. Компании используют новые технологии, например, для:

- разработки и реализации маркетинговых стратегий;
- выявления потребностей и поведения клиентов;
- автоматизации HR по оценке и подбору кандидатов;
- выявления более эффективных операций;
- сокращения расходов;
- улучшения клиентского обслуживания;
- сбора и хранению данных о клиентах и др.

С помощью ИИ компании могут отслеживать все публичные действия конкурентных организаций в социальных сетях. Искусственный интеллект помогает анализировать огромное количество обратной связи пользователей, показывает риски, с которыми может столкнуться компания в ближайшее время.

4. Блокчейн-технологии (Blockchain technologies). Технология блокчейн обеспечивает высокую степень защиты и прозрачности, поскольку его блоки временно упорядочены и защищены от взлома алгоритмом хэширования. Блокчейн публичен и доступен к просмотру всем желающим за исключением конфиденциальной информации, если она была зашифрована. Многие компании уже воспользовались этой технологией в своей работе, и на это есть свои причины. Одна из таких причин – это возможность создания собственных токенов. Это открывает дополнительные потоки дохода и позволяет компаниям создавать свои экосистемы, будь то услуги, оплаты или иная форма взаимоотношений внутри своей индустрии. Блокчейн поддерживает умные контракты, которые автоматически выполняют условия соглашения при выполнении определенных условий. Это ускоряет процесс согласования.

5. Информационное моделирование зданий (Building Information Modeling). BIM или информационное моделирование зданий — это метод планирования и управления информацией о строительных проектах. Создание BIM-модели позволяет людям, взаимодействующим со зданием, оптимизировать свои операции, что приводит к повышению ценности всего срока службы актива. Конструкции, коммуникации, любые технические параметры — BIM-технологии помогают собирать, структурировать и получать всю информацию о проекте.

6. Веб-сайт и SEO. Социальные сети (Web-site and SEO. Social networks). Создание информативного и привлекательного веб-сайта - первый шаг к успешной digital-стратегии. Он должен быть оптимизирован для поисковых систем (SEO), чтобы ваша компания появлялась в результатах поиска при запросах, связанных с строительством. По сравнению с контекстной рекламой SEO-канал не требует объемного вклада денег в длительной перспективе.

Социальные сети играют важную роль в продвижении строительных компаний, помогая привлекать новых клиентов, укреплять доверие и расширять аудиторию, способствуют повышению узнаваемости бренда, помогают в поиске сотрудников и партнеров. Они позволяют демонстрировать проекты и портфолио, публикуя фото и видео завершенных объектов, показывая процесс строительства и рассказывая истории успешных проектов с отзывами клиентов.

Для эффективного продвижения строительных компаний важно правильно выбирать платформы. Instagram и TikTok подходят для визуального контента и демонстрации объектов «до и после». YouTube идеален для развернутых видеороликов о проектах и полезных советах.

7. Аналитика и оптимизация (Analytics and optimization). Аналитика играет ключевую роль в оптимизации продаж на веб-сайтах, предоставляя полезную информацию. После внедрения цифровой стратегии необходим постоянный мониторинг и анализ эффективности. Использование методов принятия решений, основанных на данных, позволяет компаниям оставаться гибкими, адаптируясь к тенденциям и поведению клиентов в режиме реального времени.

Цифровая стратегия является ключевым фактором развития строительной отрасли. Внедрение современных технологий позволяет повысить эффективность процессов, снизить затраты и минимизировать риски. Однако успешная цифровизация требует комплексного подхода, включающего развитие кадрового потенциала и внедрение инновационных решений. Будущее строительной отрасли напрямую зависит от уровня цифровизации и готовности компаний к адаптации новых технологий.

Список использованных источников:

1. Digital-стратегия: виды, этапы разработки и примеры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dasreda.ru/media/marketing/digital-strategiya/>. – Дата доступа: 01.04.2025.
2. Блокчейн-технологии для бизнеса: возможности и преимущества [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://leantech.ai/blokchein-dlya-biznesa/>. – Дата доступа 02.04.2025.
3. Что такое BIM и почему он становится необходимым? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://medium.com/archdraw-outsourcing/what-is-bim-and-why-it-becomes-necessary-3194f5640d28/>. – Дата доступа 02.04.2025.