

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТИНГА В ИЗМЕНЯЮЩИХСЯ УСЛОВИЯХ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА

УДК 339.138

Аксеновских Дарья Романовна,

студент,

кафедра международной экономики и менеджмента

Институт экономики и управления,

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

г. Екатеринбург, Российская Федерация

Передерий Мария Витальевна,

старший преподаватель,

кафедра маркетинга,

Институт экономики и управления,

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

г. Екатеринбург, Российская Федерация

АКТУАЛЬНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ 3D МАРКЕТИНГА

Аннотация:

Данная статья посвящена 3d технологиям в маркетинге, затрагивает как оптимизацию производственного процесса, упрощение создания товара, так и продвижение продукта за счет его запоминающейся визуальной составляющей. Определена актуальность и востребованность использования инструментов 3d маркетинга, а также рассмотрены главные преимущества внедрения таких технологий.

Ключевые слова:

3d технологии, маркетинг, продвижение, оптимизация, охваты, digital-маркетинг.

3d – маркетинг: сущность понятия

Технологическое развитие современного мира во многом упрощает повседневную жизнь, разбавляет ее нововведениями и часто заставляет задумываться о все более органичном использовании инноваций. Одним из таких примеров проникновения технологий в различные сферы жизни общества является 3d моделирование, которое в основном из просто развлекательного (мультипликационного и игрового) формата стало во многом определяющим критерием в развитии современного бизнеса.

3d - маркетинг — это инновационный подход к продвижению продуктов и услуг, использующий 3d графику и технологии виртуальной реальности. Актуальность использования этого подхода обусловлена многими факторами: увеличение конкуренции на рынке; рост числа пользователей виртуальной реальности (пока сравнительно небольшой, но стабильно растущий); возможность анализировать продукт более подробно, исследовать с разных углов и получать более точную информацию; возможность создания интерактивных презентаций и более реалистичных рекламных роликов. Таким образом привлекается больше внимания потенциальных клиентов и предоставляется более подробная и точная информация о продуктах.

Востребованность 3d технологий в современных реалиях:

- в сфере производства и промышленности 3d- моделирование и печать позволяют создавать более эффективные и качественные продукты и ускоряют процесс производства;
- в архитектуре и дизайне 3d составляющая является основополагающей концепцией для создания макетов дизайна зданий, интерьеров и предметов;
- в медицине 3d печать используется для создания индивидуальных и качественных протезов, имплантов, органов и тканей, что сильно упрощает процесс «привыкания» пациента и улучшает качество его жизни;
- в игровой индустрии виртуальная реальность набирает все большую популярность. И именно 3d моделирование является основополагающим инструментом для создания реалистичной трехмерной графики;
- в маркетинге и рекламе трехмерная визуализация объекта используется для создания приятного правдивого образа потребительского продукта, услуги или бренда. Также технологии 3d моделирования и

визуализации позволяют создавать качественные виртуальные прототипы продуктов, которые могут быть эффективно использованы для тестирования и сбора обратной связи от потребителей.

Главные преимущества использования 3d маркетинга:

1. 3d – дизайн в продвижении обладает большим потенциалом визуальной привлекательности. Это обусловлено тем, что трехмерное изображение имеет большую глубину и объемность, чем двухмерное. Это позволяет создать более реалистичное восприятие объектов и сцен, способствующих запоминанию. Также, такой дизайн обладает уникальностью и оригинальностью, выделяется на фоне других аналогичных товаров.

2. Позволяет показать функции товара более наглядно: продемонстрировать механизм работы продукта. Например, если это товар с движущимися частями, в 3d графике можно увидеть их взаимодействие друг с другом; также можно показать размер и пропорции товара, создать интерактивные элементы, такие как кнопки и рычаги; продемонстрировать внутреннюю структуру товара, работу механизмов. Это будет особенно полезно для компаний, которые продают технические продукты, машины и оборудование.

3. Возможность использования виртуальных площадок магазинов, онлайн-платформ, которые компании позиционируют как торговые площадки. Они позволяют потенциальным клиентам исследовать продукты и услуги компании, совершать покупки и взаимодействовать как с платформой и с ее представителями, так и с самим товаром, изменяя его цвет, фасон и параметры. Онлайн-примерочные, виртуальные выставки и конференции – все это позволяет расширить бизнес компании, освоить новые сегменты рынка и увеличить целевую аудиторию. Особенно актуально для компаний, которые хотят продавать свои товары в разных частях мира/региона, но не имеют возможности открыть физический магазин в каждой стране/городе. Эти инструменты также могут быть полезны для фирм, продающих сложные технические продукты, легкую промышленность, технику, одежду.

4. 3d – моделирование оптимизирует процесс производства. Ускоряет процесс разработки и проектирования, улучшает точность и качество изделий. Появляется возможность быстро создавать и изменять модели, что снижает количество ошибок и дефектов в производственном процессе. Повышает эффективность производства: за счет оптимизации сокращаются расходы материалов и количество отходов. Создаются прототипы, которые тестируются перед началом производства, что снижает риски, экономит время и ресурсы. Также, 3d – моделирование позволяет создавать файлы для автоматического управления производственными машинами и оборудованием, сокращая расходы предприятий.

5. 3d – маркетинг может быть полезен в сфере образования, за счет использования 3d графики и технологий виртуальной реальности, создавая дополнительный уровень визуализации и взаимодействия для студентов. Начиная от моделирования молекул и атомов, визуализации исторических событий и симуляции гравитации, заканчивая обучением проектированию сооружений и игровыми приложениями. Увеличивается охват аудитории, ее вовлеченность и лояльность.

Все вышеперечисленные пункты помогают увеличить конверсию продаж на 20-30%, обеспечивают бренду привлечение новых клиентов и удержание существующих, охват аудитории возрастает на 30-40%.

Но также необходимо обозначить и отрицательные аспекты использования 3d-технологий.

Минусы финансирования компаний в 3d маркетинг для продвижения и оптимизации бизнеса:

1. 3d маркетинг требует высоких затрат на разработку и производство: создание 3d-моделей, анимация и визуализация требуют качественное технологическое оборудование, программное обеспечение, высококвалифицированный персонал.

2. Ограниченность аудитории: не все потребители готовы или могут использовать специальные устройства для просмотра 3d контента, такие как очки виртуальной реальности (для VR/AR продукции), что делает его менее доступным для широкой аудитории.

3. 3d маркетинг не всегда эффективен в продвижении продуктов или услуг в определенных отраслях, для конкретной аудитории или для конкретного бюджета компании. Сюда могут быть включены некоторые традиционные отрасли: такие как банковское дело, финансы и право. Они просто могут не иметь сильной потребности в использовании 3d маркетинга. Также, можно добавить сферы производства, в которых использование 3d маркетинга может быть излишним или имеются строгие ограничения на использование рекламы: медицинская или фармацевтическая отрасли. В том числе, наблюдается прямая зависимость потребности в использовании 3d маркетинга от целевой аудитории компании: если она не обладает достаточной технологической грамотностью, использование 3d технологий может быть неэффективным.

4. Из-за актуальности использования инструментов 3d маркетинга конкуренция в этой области стала более жесткой. Рынок 3d рекламы находится на стадии активного развития и насыщенности, ведь все больше брендов и компаний осознают преимущества использования технологий в продвижении своей продукции. В России на данный момент существует множество профессиональных специалистов и студий, которые предоставляют услуги по созданию оригинальной интерактивной 3d рекламы. Для поддержания своего конкурентного преимущества они используют различные методы маркетинга, такие как создание уникального портфолио, установление конкурентных цен, участие в конкурсах и выставках, а также дипломы, подтверждающие профессионализм предоставляемых ими услуг.

В данный момент интеграция цифрового продвижения в бизнесе в России актуальная, как никогда. Можно выделить одно из крупных агентств Санкт-Петербурга с успешными кейсами, которое предлагает свои услуги для развития компаний с использованием многих инструментов digital-маркетинга.

Фирма «Eyetric» за 16 лет разработала более 1000 проектов, включающих в себя взаимодействие с «Петербургской недвижимостью», где количество потребителей после введения инноваций увеличилось в 13 раз, 3d виртуализацию новой линейки домов в «HONKANOVA», автокабинет для «Тойота Центр Красноярск», создание 3d рендеров для ЖК «FRIENDS» и «Аист» от застройщика «Красная стрела». Компания также запустила свой сервис по созданию интерактивных планировок. И сейчас, согласно первым результатам, использование 3D-планировок повышает конверсию карточек квартир на сайте в среднем на 15%.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. «3d маркетинг: как бизнесу использовать его для роста продаж?». URL: [https://www.comnews.ru/content/213217/2021-03-04/2021-w09/3d-marketing-kak-biznesu-ispolzovat-ego-dlya-rosta-prodazh]
2. «Как 3d визуализация увеличивает конверсию?». URL: [https://vc.ru/marketing/509651-kak-3d-vizualizaciya-uvlechivaet-konversiyu]
3. "Augmented Reality for Marketing and Advertising" by Mark Billingham and Sinan Aral. URL: [https://expoodle.com/blog/how-augmented-reality-is-changing-custom-packaging]
4. «Маркетинговая статистика 2021». URL: [https://www.marketch.ru/marketing_marginalia/marketing-statistika-2021/]
5. «Eyetric». URL: [https://art.su/]

Aksenovskikh Darya R.,

student,

Department of International Economics and Management

Institute of Economics and Management,

Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin

Yekaterinburg, Russian Federation

Perederiy Maria V.,

Senior Lecturer,

Department of Marketing,

Institute of Economics and Management,

Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin

Yekaterinburg, Russian Federation

RELEVANCE OF USING 3D MARKETING TOOLS

Abstract:

This article is devoted to 3D technologies in marketing, it affects both the optimization of the production process, the simplification of the creation of goods, and the promotion of the product due to its memorable visual component. The relevance and relevance of the use of 3d marketing tools is determined, and the main advantages of the introduction of such technologies are considered.

Keywords:

3d technologies, marketing, promotion, optimization, coverage, digital marketing.