

УДК 338.24

Позняк Анастасия Николаевна
Белорусский государственный экономический университет
Применение технологии блокчейн в маркетинге

Технология блокчейн – одна из самых молодых и быстроразвивающихся технологий, о которой буквально 5 лет назад никто не знал. Сейчас блокчейн называют «новым интернетом» за свою «революционность», скорость развития и применения, технологичность, универсальность, широту возможностей и неуязвимость. Рассмотрим, что представляет собой блокчейн, и в чем заключается его эффективность в сфере маркетинга и продвижения в целом.

Блокчейн представляет собой выстроенную по определенным правилам непрерывную последовательную цепочку блоков, в которых содержится информация [1]. Отличительной и главной особенностью блокчейн являются два свойства:

- 1) децентрализация;
- 2) безопасность.

Блокчейн – глобальная база данных общего пользования, «вечный цифровой распределенный журнал экономических транзакций» [2], которая безопасно функционирует без центрального управления благодаря хранению копий базы одновременно на множестве устройств и «помогает гарантировать законность транзакции путем записи её не только в главном реестре, а в распределённой системе реестров, связанных через защищенный механизм проверки» [2], что исключает любое вредоносное вмешательство в систему. Информация, которая находится в блоках, открыта, но криптографически защищена от изменений через хэш-цепочки. Практически невозможно изменить информацию в блоке, т.к. это требует огромных вычислительных мощностей, а это в свою очередь требует огромную массу времени и финансовых затрат. Такое свойство делает блокчейн самой безопасной и неуязвимой системой на данный момент.

Впервые блокчейн был применен в финансовой сфере – при возникновении криптовалют. На сегодняшний день успешная технология начинает применяться и в медицине, и управлении и, конечно, в маркетинге.

Методом анализа и сравнения основных направлений маркетинга и изучения свойств блокчейн-технологии, автором были предложены

следующие варианты применения блокчейн в маркетинговой деятельности и при продвижении продукта:

1) Использование блокчейн при закупке рекламы (программатик). Здесь решается проблема нерелевантного контента, неточного таргетирования, места размещения рекламы и рекламных площадок в интернете. Каждый участник системы сможет взаимодействовать напрямую друг с другом, без участия третьей стороны, тем самым потребители рекламного контента смогут полностью контролировать тематику показов, время и место размещения рекламных объявлений. Производители рекламы, со своей стороны, получают наиболее точную целевую аудиторию для показов, снизят количество блокировок и пропуска рекламы, повысят ее качество и выделяют свой продукт среди конкурентов.

2) Создание отзывов. Блокчейн позволит не только отсеять «фальшивые» и «накрученные» отзывы, а также отзывы от несуществующих клиентов путем идентификации личности в системе, но и простимулировать их создание, например, награждая клиентов дополнительными крипто-бонусами, которые они впоследствии смогут потратить в системе (начислить 1 «отзыв-койн» за написание отзыва, который можно потратить на покупку 1 часа работы по сервисному обслуживанию продукта).

3) Система лояльности. Аналогично предыдущему пункту может действовать любая система лояльности между производителем и потребителем продукта.

4) Бартерные сделки. Блокчейн позволит без участия третьей стороны осуществлять бартерные прозрачные сделки за определенные рекламные услуги. Так, например, фитнес-блогер сможет получать бесплатное спортивное питание компании, которую он периодически рекламирует в своем блоге или делает обзор ее ассортимента.

5) Формирование полезного и релевантного контента для сайтов, соцсетей и т.д. В настоящее время каждая компания уделяет много внимания SEO-продвижению. Однако даже написанная статья на сайте компании может оказаться абсолютно некачественной для посетителя сайта, т.к. была создана для «ботов» (или даже самим ботом) для более эффективного ранжирования в поисковых системах. Участники же блокчейн-системы ответственны за каждое действие, они подтверждают, что контент не ведет к мошенникам, что он соответствует заданным требованиям и др. Также, аналогично вышеперечисленным пунктам, можно стимулировать создание качественного контента.

6) Маркетинговые исследования. Сюда отнесем опросы, а также их разновидность – голосование. Рассмотрим возможности блокчейн при голосовании более подробно.

Существует проблема прозрачности и конфиденциальности процесса голосования в таких сферах, как:

1) организация массовых опросов и иных маркетинговых исследований (для агентств социальных и маркетинговых исследований и др.);

2) организация конкурсов на звание лучших, общественное признание (конкурсы на лучший бренд, лучший продукт, ивент-премии и др.).

Зачастую имеет место быть манипулирование мнениями, фальсификация данных, затрачивание огромных средств на проведение мероприятия по сбору мнений, отсутствие мотивации к прохождению опросов.

Создание интернет-сервиса для реализации быстрого, удобного, открытого и безопасного сбора мнений на базе технологии блокчейн позволит решить следующие задачи:

1) сокращение финансовых, трудовых и временных затрат на проведение опросов;

2) возможность голосования из любой точки мира, возможность голосования людям с ограниченными возможностями;

3) автоматизация процесса (в т.ч. управления), контроль;

4) прозрачность, достоверность, исключение фальсификации данных и результатов.

Реализация действия отдачи голоса за определенную категорию может быть привязана к ID-картам, либо внутренним идентификационным картам (например, организации, района – в зависимости от местонахождения аудитории, которая будет участвовать в опросе). Результат может быть как открытый, так и закрытый. Автор предлагает к реализации отображение следующих сценариев контроля процесса у менеджера проекта в дополнение к общему процессу голосования:

а) клиент появился в системе (зарегистрировался), но не произвел целевое действие (не проголосовал);

б) клиент произвел целевое действие (отдал свой голос), результат виден только менеджеру;

в) клиент произвел целевое действие (отдал свой голос), результат виден всем;

г) клиент произвел целевое действие (отдал свой голос), результат не виден никому, но отображен в общей статистике результатов;

д) клиент должен пройти голосование, но не появился в системе и не совершил ни одного действия.

Применение технологии блокчейн в процессе маркетинговых исследований повысит качество исследований и их результатов, повысит также их достоверность, упростит обработку данных, их анализ, повысит доверие к организациям, которые проводят исследования, и непосредственно к исследуемому объекту (компания, бренду, продукту). Вследствие этого возрастет лояльность потребителей, у компании появится неоспоримое конкурентное преимущество, само общество станет более ответственным и поэтому рынок станет насыщаться качественными товарами и услугами, что приведет к общему экономическому развитию и повышению уровня благосостояния общества.

Таким образом, автором было проведено исследование адаптивности применения блокчейн в маркетинге. Были выявлены следующие перспективные направления: использование блокчейн технологии при закупке рекламы, формировании контента и отзывов, создании программ лояльности, совершении бартерных сделок, маркетинговых исследованиях. В результате работы было выделено наиболее актуальное направление применения – открытое голосование в опросах на базе блокчейн – позволяющее исключить фальсификацию данных, манипулирование мнениями и приводящее к повышению лояльности клиентов и увеличению экономического благосостояния как организаций, так и общества в целом.

Источники литературы

1. Блокчейн / Википедия – [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа:

<https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%BA%D1%87%D0%B5%D0%B9%D0%BD>. Дата доступа: 01.11.2017.

2. Что такое блокчейн технология? / BitNovosti – [Электронный ресурс]. – Электронные данные. – Режим доступа: <https://bitnovosti.com/2017/03/02/что-такое-tehnologija-blokchein-posagovoe-rukovodstvo-dlja-novichkov-1/> Дата доступа: 01.11.2017.

Pazniak Anastasiya

THE USE OF BLOCKCHAIN TECHNOLOGY IN MARKETING

Belarusian State Economic University

Summary

In the article prospects of development of blockchain technology in marketing are considered, advantages of integration of the given technology in marketing researches, in particular in open voting process, are described.