

NEAR FIELD COMMUNICATION-ТЕХНОЛОГИЯ В МАРКЕТИНГЕ

Современные технологии меняют мир с невероятной скоростью. Благодаря новым технологиям появились методики привлечения именно целевой аудитории. В частности, технология маячков beacon, которые уже сегодня используются некоторыми странами в маркетинге для того, чтобы донести информацию до потребителей.

Beacon — это протокол передачи Bluetooth-сигнала между локационным маячком и любым устройством (смартфоном, планшетом), которое совместимо с Bluetooth Low Energy (Bluetooth Smart) [1]. Принцип работы заключается в том, что через равные промежутки времени маячки отправляют Bluetooth-сигнал на устройства, находящиеся в радиусе их действия. Как только мобильное устройство входит в зону действия маячка, оно получает сигнал, который может быть использован для определения местоположения пользователя в магазине или на улице. Эта информация может быть использована для персонализации предложений, таких как скидки на определенные товары, которые находятся рядом с мобильным устройством.

Технология нашла широкое применение на западном рынке. Вот некоторые успешные примеры внедрения данной технологии в целях маркетинга [2]:

- рестораны быстрого питания McDonald's используют выбранную технологию для привлечения посетителей. В момент, когда прохожий приближается к зданию ресторана, на экране его смартфона появляется push-уведомление, в котором сообщается об акциях или специальных предложениях;
- французская компания Carrefour смогла увеличить прибыль на 400 % благодаря рассылке уведомлений покупателям на территории своих магазинов;
- у компании Amazon Go получилось полностью отказаться от использования кассовых аппаратов, так как во время покупок маячки отслеживают, какие товары были взяты с полок посетителями, а после система производит снятие суммы с карты покупателя;
- британская транснациональная корпорация Tesco применяет маячки для рассылки уведомления пользователям в зависимости от того отдела, в котором посетитель находится.

Несмотря на множество преимуществ, использование технологии маячков beacon также имеет свои ограничения и вызовы. Одним из главных вызовов является разрешение на использование маячков от мобильных операторов и владельцев зданий. Кроме того, использование технологии может вызывать опасения клиентов относительно конфиденциальности и безопасности их данных, что вызовет риск потери клиентов.

Резюмируя вышесказанное, стоит отметить, что технология маячков beacon имеет большой потенциал для применения в маркетинговой деятельности на

территории Республики Беларусь. Она может помочь увеличить продажи, улучшить пользовательский опыт и сэкономить время. Однако необходимо учитывать ограничения и вызовы, а также конфиденциальность данных и защиту личной информации клиентов при применении этой технологии. Игнорировать инновационные технологии недопустимо, особенно если они позволяют существенно увеличить интерес покупателя к продвигаемой продукции.

Источники

1. *Фальков, Е. В.* Применение маячков Beacon и технологии Bluetooth Low Energy для построения системы навигации в зданиях / Е. В. Фальков, А. Ю. Романов // Новые информационные технологии в автоматизированных системах. — 2015. — № 18. — С. 62–65.

2. Технология BEACON [Электронный ресурс] // Facelet. — Режим доступа: <https://www.facelet.com/ru-ru/blog/ibeacon-and-bluetoothbeacons-how-to-use-them-in-retail/-/>. — Дата доступа: 25.04.2023.