

Маргарита Акулич



**БЛОКЧЕЙН-
МАРКЕТИНГ:
СОВРЕМЕННЫЙ
РАКУРС**

Маргарита Акулич

Блокчейн-маркетинг:

современный ракурс

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=71894158

ISBN 9785006592773

Аннотация

В предлагаемой книге раскрыты основные аспекты блокчейна и его преимущества. Рассказано, как блокчейн может помочь в маркетинговой функции, о перспективах развития блокчейн-маркетинга и влиянии блокчейна на цифровой маркетинг и маркетинг влияния. Даны советы, как создать успешную маркетинговую стратегию в сфере криптовалют и блокчейна. Поведано о самых эффективных маркетинговых стратегиях для проектов на основе блокчейна. Раскрыты ключевые показатели для оценки эффективности блокчейн-маркетинга.

Содержание

Предисловие	6
I Блокчейн: основные аспекты	8
1.1 Что такое блокчейн? На чем базируется функционирование блокчейна	9
1.2 Внедрение блокчейна позволяет фиксировать цифровые события последовательно во времени. Взгляд в будущее	11
II Преимущества и потенциальные проблемы блокчейна	13
2.1 Преимущества блокчейна	14
2.2 Потенциальные проблемы блокчейна	17
III Как блокчейн может помочь в маркетинговой функции?	19
3.1 Существует множество способов, которыми технология блокчейн может помочь в маркетинговых кампаниях для бизнеса. Блокчейн можно использовать, чтобы улучшить свои предложения и удовлетворить потребности клиентов	19
3.2 Смарт-контракты экономят время и деньги маркетологов. Благодаря блокчейну можно разрабатывать более эффективные	21

кампании по сбору лидов	
3.3 Технология блокчейн способна создавать новые типы цифровых активов, которые можно использовать в маркетинговых целях. С помощью смарт-контрактов можно добиться сокращения издержек	22
3.4 С помощью цифровых паспортов продуктов можно добиться повышения эффективности устойчивых кампаний. С помощью блокчейна можно добиться улучшения рекламы	24
3.5 С помощью блокчейна можно улучшить социальное воздействие и защищать ценности бренда. Заключение	26
IV Перспективы развития блокчейн-маркетинга. Влияние блокчейна на цифровой маркетинг	28
4.1 Маркетинговая индустрия претерпевает трансформацию. Стратегия блокчейн-маркетинга обладает потенциалом	29
4.2 Потенциал использования платформы блокчейна кажется безграничным. Интеграция блокчейна в маркетинг	31
4.3 Токенизация. Децентрализация. Влияние блокчейна на цифровой маркетинг	32
Конец ознакомительного фрагмента.	33

Блокчейн-маркетинг: современный ракурс

Маргарита Акулич

© Маргарита Акулич, 2025

ISBN 978-5-0065-9277-3

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Предисловие



В предлагаемой книге раскрыты основные аспекты блокчейна и его преимущества. Рассказано, как блокчейн может помочь в маркетинговой функции, о перспективах развития блокчейн-маркетинга и влиянии блокчейна на цифровой маркетинг и маркетинг влияния. Даны советы, как создать успешную маркетинговую стратегию в сфере криптовалют и блокчейна. Поведано о самых эффективных маркетинго-

вых стратегиях для проектов на основе блокчейна. Раскрыты ключевые показатели для оценки эффективности блокчейн-маркетинга. Рассказано, как блокчейн меняет доверие к цифровой рекламе.

I Блокчейн: основные аспекты



1.1 Что такое блокчейн?

На чем базируется функционирование блокчейна

Что такое блокчейн?

Блокчейн (Blockchain) представляет собой технологию, позволяющую обеспечивать хранение информации – включая сведения о транзакциях и другие данные – в защищенной системе распределенного реестра, доступной всем в сети. Этот реестр может быть безопасным образом использован и другими компаниями.

Используя хранилище на основе блокчейна, компании не нуждаются в том, чтобы полагаться на централизованные системы хранения данных или доверять сторонним организациям безопасное хранение своих данных.

Блокчейн – это технология распределенного реестра, которая привлекла внимание отраслей, включая маркетинг. По сути, блокчейн работает в сети взаимосвязанных компьютеров, которые образуют прозрачную цепочку блоков для хранения данных. Каждый блок содержит набор постоянных регистраций транзакций в цепочке, что делает любые модификации или изменения практически невозможными. Внутренняя безопасность и прозрачность делают блокчейн идеальным выбором для маркетинга.

На чем базируется функционирование блокчейна

Функционирование блокчейна базируется на его природе, где ни одна организация не контролирует сеть. Вместо этого он полагается на механизм консенсуса между узлами, чтобы гарантировать, что записанные данные проверяются и согласуются большинством. Бездоверительный характер среды гарантирует, что информация не зависит от авторитетного источника, что снижает риск мошенничества и несанкционированных манипуляций для блокчейн-бизнеса.

1.2 Внедрение блокчейна позволяет фиксировать цифровые события последовательно во времени. Взгляд в будущее



Внедрение блокчейна позволяет фиксировать цифровые события последовательно во времени

Каждая операция, зафиксированная в системе, сохраняется в надежном и общедоступном реестре, обеспечивающем безопасность и конфиденциальность. Это дает компаниям возможность отслеживать данные о клиентах, покупках, платежах и других транзакциях, исключая возможность фальсификации или мошеннических действий.

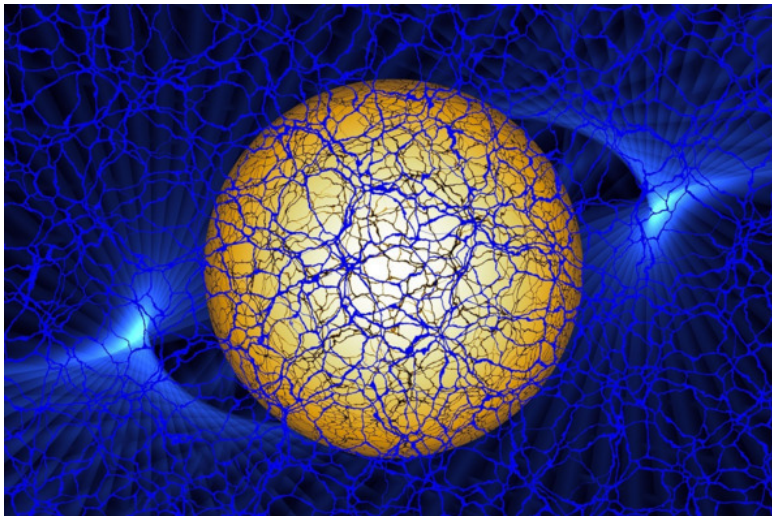
Кроме того, блокчейн может быть использован для повышения эффективности производства и управления логистикой, разработки инновационных продуктов, а также для мониторинга, аудита и подтверждения экологических, социальных и управленческих (ESG) инициатив.

Прием криптовалют в качестве оплаты – это лишь один из аспектов применения технологии блокчейн; блокчейн – нечто гораздо большее.

Взгляд в будущее

Будущее блокчейна в разных областях деятельности компаний выглядит многообещающим, с постоянными усовершенствованиями и растущим принятием. По мере того, как все больше компаний начинают осознавать преимущества блокчейна, ожидается, что его использование будет расти. Будущие разработки могут включать более сложные смарт-контракты, улучшенную совместимость между различными сетями блокчейнов и улучшенные решения по масштабированию. Кроме того, более тесное сотрудничество между поставщиками технологий, рекламодателями и регулирующими органами может еще больше способствовать принятию блокчейна.

II Преимущества и потенциальные проблемы блокчейна



2.1 Преимущества блокчейна

Преимущество прозрачности

Традиционная цифровая реклама, к примеру, часто включает в себя множество посредников, таких как рекламные сети, платформы спроса (DSP) и платформы предложения (SSP). Эти посредники облегчают покупку и продажу рекламного пространства, но они также могут добавить процессу сложности и стоимости.

Используя технологию блокчейн, мы можем сократить потребность в этих посредниках, что приведет к более прозрачным и эффективным рекламным транзакциям. Децентрализованная природа блокчейна позволяет всем участникам получать доступ к единому, неизменяемому реестру. Это гарантирует, что каждая транзакция и взаимодействие будут записаны и проверены. Рекламодатели могут видеть, где размещается их реклама, кто ее просматривает и насколько она эффективна. Этот четкий обзор всего жизненного цикла рекламы укрепляет доверие между всеми вовлеченными сторонами.

Фактор прозрачности также помогает минимизировать мошенничество с рекламой – серьезную проблему в цифровой рекламе, которая часто приводит к существенным финансовым потерям для рекламодателей. Мошеннические действия, такие как поддельные клики, показы и сайты, мо-

гут опустошить рекламные бюджеты, не принося реальной пользы. Ведя прозрачную и неизменяемую запись всех транзакций, блокчейн затрудняет мошенникам манипулирование данными.

Преимущество конфиденциальности и безопасности данных



Смарт-контракты, которые автоматически выполняют транзакции при выполнении predetermined условий, еще больше повышают безопасность. Эти контракты гарантируют, что рекламные расходы будут выплачены только после проверки подлинных взаимодействий. Такие меры могут привести к более безопасной и эффективной экосистеме цифровой рекламы.

Преимущество возможности большего контроля

со стороны пользователей

Кроме того, пользователи имеют больше контроля над своими данными, поскольку они могут предоставлять и отзывать по мере необходимости разрешения на доступ. Такой уровень безопасности и контроля укрепляет доверие между пользователями и рекламодателями.

Потребители вряд ли будут покупать у компании, если не доверяют ей свои данные. Безопасное и прозрачное управление данными Blockchain может значительно повысить доверие и лояльность пользователей.

Преимущество более оптимизированного процесса

Технология блокчейн также может оптимизировать часто отнимающий много времени процесс покупки и продажи рекламы, автоматизируя транзакции и, опять же, устраняя ненужных посредников. Рекламодатели и издатели могут взаимодействовать напрямую, сокращая расходы и повышая эффективность. Прозрачность, обеспечиваемая блокчейном, также означает, что условия оплаты понятны, а споры сведены к минимуму.

Преимущество повышения эффективности

Устраняя посредников, блокчейн оптимизирует процессы, сокращает затраты и приводит к увеличению скорости транзакций.

2.2 Потенциальные проблемы блокчейна



Проблема масштабируемости

Несмотря на многочисленные преимущества для цифровой рекламы, блокчейн имеет свои проблемы, в частности, масштабируемость. По мере увеличения количества транзакций сеть блокчейна может стать медленной и менее эффективной. Однако текущие исследования и разработки решают эту проблему.

Проблема необходимости инвестирования

Еще одной проблемой являются первоначальные инвестиции, необходимые для внедрения технологии блокчейна.

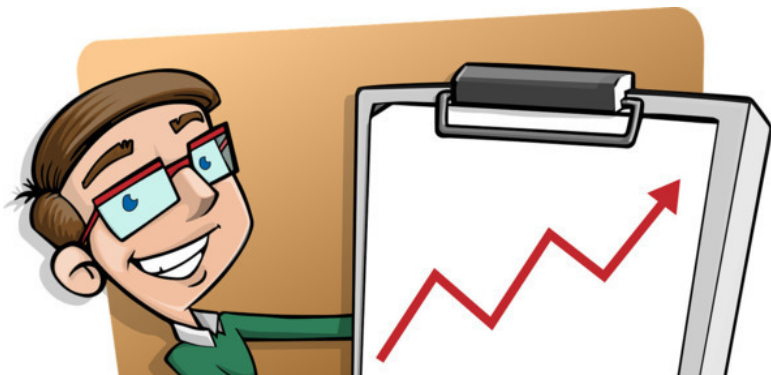
Компаниям необходимо инвестировать в инфраструктуру и обучение для эффективного внедрения решений на основе блокчейна.

Проблема возможного отсутствия понимания и доверия среди заинтересованных сторон

Поскольку блокчейн все еще относительно новая технология, может отсутствовать понимание и доверие среди заинтересованных сторон. Несмотря на эти проблемы, целесообразно считать, что потенциальные преимущества блокчейна для цифровой рекламы делают его достойным рассмотрения.

III Как блокчейн может помочь в маркетинговой функции?

3.1 Существует множество способов, которыми технология блокчейн может помочь в маркетинговых кампаниях для бизнеса. Блокчейн можно использовать, чтобы улучшить свои предложения и удовлетворить потребности клиентов



Существует множество способов, которыми технология блокчейн может помочь в маркетинговых кампаниях для бизнеса

Существует множество способов, которыми технология блокчейн может помочь в маркетинговых кампаниях для бизнеса. Ярким примером является то, что компании могут использовать технологию блокчейн для отслеживания взаимодействия с клиентами по нескольким каналам и устройствам, что упрощает персонализацию и адаптацию сообщений и контента для каждого пользователя.

Блокчейн можно использовать, чтобы улучшить свои предложения и удовлетворить потребности клиентов

Компании также могут использовать технологию блокчейна, чтобы лучше понять, как клиенты взаимодействуют с их продуктами или услугами, что позволит им улучшить свои предложения и убедиться, что они удовлетворяют потребности клиентов.

3.2 Смарт-контракты экономят время и деньги маркетологов. Благодаря блокчейну можно разрабатывать более эффективные кампании по сбору лидов

Смарт-контракты экономят время и деньги маркетологов

Компании также могут использовать смарт-контракты на основе блокчейна для автоматизации определенных процессов, таких как обработка платежей или сбор данных, не только с клиентами, но и с поставщиками и партнерами.

Благодаря блокчейну можно разрабатывать более эффективные кампании по сбору лидов

Технология блокчейн также может предоставить ценную информацию о собственном процессе производства и цепочки поставок, что способно помочь маркетологам разрабатывать более эффективные кампании по сбору лидов.

3.3 Технология блокчейн способна создавать новые типы цифровых активов, которые можно использовать в маркетинговых целях. С помощью смарт-контрактов можно добиться сокращения издержек

Технология блокчейн способна создавать новые типы цифровых активов, которые можно использовать в маркетинговых целях

Технология блокчейн также способна создавать новые типы цифровых активов, которые можно использовать в маркетинговых целях. Эти активы могут включать в себя все, что угодно: от цифровых купонов и баллов лояльности до токенов виртуальной валюты, используемых для рекламных кампаний или программ вознаграждений. Используя силу смарт-контрактов, компании могут быстро и легко создавать эти активы со встроенными функциями безопасности, которые затрудняют (если не исключают) их использование хакерами или злоумышленниками

С помощью смарт-контрактов можно добиться сокращения издержек

Смарт-контракты также могут не только устранить из-

держки за счет повышения операционной эффективности и сокращения расходов, связанных с конфликтами в рекламных кампаниях, но и повысить безопасность и удовлетворенность клиентов.

3.4 С помощью цифровых паспортов продуктов можно добиться повышения эффективности устойчивых кампаний.

**С помощью блокчейна можно
добиться улучшения рекламы**

*С помощью цифровых паспортов продуктов можно
добиться повышения эффективности устойчивых кам-
паний*

Цифровые паспорта продуктов – еще одна ключевая функция технологии блокчейн, которую могут использовать маркетологи. Она создает цифровую запись пути продукта от сырья до готовой продукции, включая информацию об использованной энергии, произведенных выбросах и произведенных отходах.

Отслеживая цепочку создания стоимости продукта от производства до покупки и утилизации, мы можем получить гораздо более полное представление о его экологическом и социальном воздействии. Например, потребители могут узнать, какая часть используемого ими продукта содержит переработанный материал, что позволит им рассчитать воздействие на окружающую среду. Это действительно

привлекательно для предприятий с обязательствами ESG – и, конечно, для тех, кто хочет увеличить свои обязательства ESG. Таким образом, блокчейн может поддерживать более устойчивое и этичное потребление.

С помощью блокчейна можно добиться улучшения рекламы

Использование технологии блокчейн обеспечивает высококачественные данные и обратную связь по проникновению рекламы. Используя блокчейн для отслеживания своих объявлений, рекламодатели могут получать улучшенные данные о том, как воспринимается их реклама, и соответствующим образом корректировать свою стратегию. Это позволяет рекламодателям создавать более таргетированные рекламные кампании, которые, скорее всего, получают большую поддержку у целевой аудитории. Клиенты также могут быть уверены, что их личная информация надежно хранится, что повышает вероятность ее предоставления ими.

3.5 С помощью блокчейна можно улучшить социальное воздействие и защищать ценности бренда. Заключение

С помощью блокчейна можно улучшить социальное воздействие и защищать ценности бренда

С точки зрения социального воздействия, компании могут отслеживать количество рабочих мест, созданных благодаря созданию их продуктов, как напрямую, так и косвенно. Они также могут отслеживать разнообразие своей рабочей силы, а также любые гендерные разрывы в оплате труда. Наконец, они могут лучше отслеживать любые инвестиции, которые они сделали в сообщества, где производятся их продукты, и выгоды, которые эти сообщества получают от данных инвестиций. Потребители сегодня очень подкованы и хорошо осведомлены о таких вопросах, и децентрализованный защищенный реестр может помочь компаниям создавать, а затем защищать ключевые ценности бренда.

Заключение



Закключение

Возможности, предлагаемые технологией блокчейн, действительно захватывающие – как в области маркетинга, так и во многих других.

От повышения прозрачности с помощью цифровых паспортов продуктов и предоставления более глубокого понимания клиентов до создания уникальных цифровых активов и автоматизации процессов с помощью смарт-контрактов, блокчейн может трансформировать то, как мы «занимаемся маркетингом», чтобы улучшить связь между брендами и клиентами и, в свою очередь, повысить удовлетворенность клиентов.

IV Перспективы развития блокчейн-маркетинга. Влияние блокчейна на цифровой маркетинг



4.1 Маркетинговая индустрия претерпевает трансформацию. Стратегия блокчейн-маркетинга обладает потенциалом

Маркетинговая индустрия претерпевает трансформацию

Маркетинговая индустрия претерпевает трансформацию в 2025 году с принятием технологии блокчейн в качестве одного из маркетинговых каналов для своих маркетинговых кампаний. Это инновационное изменение вращается вокруг постоянной природы блокчейна, которая имеет потенциал произвести революцию в маркетинге в блокчейн-практиках. В этом руководстве мы углубимся в аспекты блокчейн-маркетинга, исследуя его многочисленные преимущества, стратегии успеха и важнейшие показатели для оценки эффективности. Кроме того, мы предоставим информацию о новых тенденциях, которые ждут нас в блокчейн-маркетинге.

Стратегия блокчейн-маркетинга обладает потенциалом

Стратегия блокчейн-маркетинга обладает потенциалом для изменения отрасли за счет повышения безопасности, прозрачности и доверия способами, которые никогда не были видны ранее. Используя эту блокчейн-платформу, марке-

тологи могут безопасно хранить объемы информации, гарантируя, что каждая транзакция и взаимодействие будут точно зафиксированы. Это не только защищает данные клиентов, но и защищает репутацию брендов. Кроме того, стратегии блокчейн-маркетинга решают проблему мошенничества в рекламе, предоставляя просмотры и взаимодействия, которые способствуют вовлечению рекламодателей и защищают интересы клиентов.

4.2 Потенциал использования платформы блокчейна кажется безграничным. Интеграция блокчейна в маркетинг

Потенциал использования платформы блокчейна кажется безграничным

Улучшенная совместимость между платформами обеспечивает бесперебойную коммуникацию и обмен информацией, способствуя сотрудничеству и повышая эффективность задач для бизнеса на основе блокчейна. Более того, ожидается, что токенизация произведет революцию в стратегиях маркетинга на основе блокчейна, предлагая владение и инновационные методы маркетинга на основе блокчейна.

Интеграция блокчейна в маркетинг

Интеграция блокчейна в маркетинг является революционной, поскольку она фундаментально преобразует отрасль. Технология блокчейн-рекламы открывает возможности для рекламы посредством токенизации и децентрализации как инновационных маркетинговых каналов. Это открывает возможности для блокчейна в маркетинге и рекламе.

4.3 Токенизация. Децентрализация.

Влияние блокчейна на цифровой маркетинг

Токенизация

Токенизация – это концепция, которая позволяет нам представлять реальные активы и ценности с помощью токенов. Для блокчейна в маркетинге это означает, что бренды могут создавать токены, представляющие баллы лояльности, награды или даже право собственности на проекты. Эти токены могут использоваться для стимулирования клиентов, вовлечения сообществ и создания экосистемы вокруг бренда, а также для улучшения рекламных усилий на основе блокчейна.

Децентрализация

Децентрализация играет роль в трансформации рекламной практики. Она меняет подход к самой рекламе. Опираясь на посредников, рекламные платформы на основе блокчейна устанавливают связи между рекламодателями и создателями контента или издателями. Это исключает отдельных лиц из процесса, что приводит к экономии средств и гарантирует, что рекламодатели получают отдачу от своих денег от блокчейна в маркетинге и рекламе.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.