

Использование иммерсивных технологий в интегрированных маркетинговых коммуникациях бренда МТС

Научный руководитель – Чугайнова Юлия Игоревна

Никонорова Анна Владимировна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: anna.nikonorova04@gmail.com

В условиях цифровизации экономики и трансформации коммуникационного пространства особую значимость приобретает развитие интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК) как системного подхода к управлению брендом и взаимодействию с целевыми аудиториями. Современный потребитель использует одновременно несколько каналов получения информации, что требует согласованности сообщений и единой логики позиционирования бренда во всех точках контакта.

Актуальность исследования подтверждается динамикой рынка. По данным Ассоциации коммуникационных агентств России, российский рынок маркетинговых коммуникаций «в 2024 году превысил сумму в 2,1 трлн руб., что примерно на четверть больше, чем было год назад»[3]. Рост рынка отражает потребность компаний в более комплексных и технологичных коммуникационных решениях.

Одновременно усиливается значение иммерсивных технологий. Согласно аналитическому отчету компании «Зе Бизнес Рисерч Компани», рынок иммерсивных технологий «вырастет с \$154,94 млрд в 2024 году до \$220,77 млрд в 2025 году при среднем годовом темпе роста 42,5%»[8] (пер. автора). Эта тенденция свидетельствует о том, что иммерсивность становится устойчивым элементом современной коммуникационной среды.

В качестве эмпирической базы исследования выбрана компания ПАО «МТС» — один из крупнейших игроков телекоммуникационного и цифрового рынка России. Генеральный директор ПАО «МТС» Инесса Галактионова подчеркивает: «МТС остается флагманом цифровой трансформации среди телекоммуникационных компаний. . . »[7]. Экосистемная модель развития бренда делает его показательной площадкой для анализа интеграции иммерсивных решений в ИМК.

Цель работы — проанализировать, как выстроена система ИМК «МТС» и какое место в ней занимают иммерсивные технологии, а также определить эффективность конкретных иммерсивных проектов для составления рекомендаций по совершенствованию коммуникационной стратегии.

Теоретическую основу составили работы Д. Шульца, С. Танненбаума и Р. Лаутерборна, обосновавших необходимость согласованного управления всеми коммуникационными инструментами компании[2], а также исследования Т. Дункана и К. Кейвуда, рассматривающих ИМК как стратегический процесс управления коммуникациями[5]. В отечественной науке значимый вклад внес Ф. И. Шарков, подчеркивающий синергетический эффект интеграции коммуникаций[4]. Концептуальные аспекты иммерсивности раскрываются в трудах Ф. Котлера[1] и Дж. Ланье[8].

Система ИМК «МТС» характеризуется омниканальностью, экосистемностью и акцентом на пользовательский опыт. Коммуникации объединяют рекламу, диджитал-каналы, связи с общественностью, событийный маркетинг, собственные сервисные платформы и партнерские проекты. Иммерсивные технологии интегрируются в эту систему как инструмент усиления вовлеченности и демонстрации технологического лидерства бренда.

В работе рассматриваются следующие проекты МТС:

«МТС Верс» — цифровое 3D-пространство, запущенное компанией в 2024 году в формате открытого бета-тестирования. Проект представляет собой игровую метавселенную, в которой пользователи могут взаимодействовать с сервисами экосистемы «МТС», выполнять задания, получать виртуальную валюту и обменивать ее на реальные продукты и услуги бренда. Таким образом, виртуальный опыт напрямую связан с офлайн- и онлайн-сервисами компании, что усиливает интеграцию коммуникаций и стимулирует вовлеченность аудитории.

Иммерсивная комната «МТС» — проект, реализованный в 2024 году для презентации экосистемных решений компании на выставке «РитэйлТек». Пространство с использованием объемной визуализации без специальных устройств позволяло продемонстрировать цифровые продукты для бизнеса (видеонаблюдение, «Геоэффект», МТС Линк, «ФьючеКру», «КлаудсМТС») и наглядно показать их взаимосвязь. Проект выполнял не только имиджевую, но и образовательную функцию, усиливая восприятие «МТС» как технологического партнера бизнеса.

В результате исследования можно понять, что наиболее эффективными оказываются проекты, которые связаны с продуктовой логикой экосистемы, обеспечивают продолжительное взаимодействие с пользователем, интегрированы в общую архитектуру ИМК и поддерживаются другими каналами коммуникации.

Иммерсивный маркетинг в случае «МТС» выступает не автономным направлением, а частью системы интегрированных маркетинговых коммуникаций. Он усиливает синергетический эффект каналов, формирует эмоциональный и когнитивный опыт взаимодействия с брендом и поддерживает стратегию цифрового лидерства.

В качестве рекомендаций предлагается:

- 1) Развивать МТС Верс как постоянную коммуникационную платформу.
- 2) Сделать навигацию и интерфейс интуитивно понятными, без перегрузки деталями.
- 3) Расширять применение иммерсивных форматов в B2B-направлении и сервисных коммуникациях.

Таким образом, иммерсивные технологии становятся инструментом укрепления экосистемной модели «МТС» и способствуют формированию целостного коммуникационного опыта в рамках системы ИМК.

Источники и литература

- 1) Котлер Ф., Айвен С., Хермаван К. Маркетинг 6.0. — М.: Эксмо, 2024. — 240 с.
- 2) Лаутерборн Р., Танненбаум С., Шульц Д. Новая парадигма маркетинга. Интегрированные маркетинговые коммуникации. — М.: Инфра-М, 2004. — 233 с.
- 3) Объем рынка маркетинговых коммуникаций в России в 2024 году [Электронный ресурс] // Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР). — URL: <http://akarussia.ru/> (дата обращения: 20.12.2025)
- 4) Шарков Ф. И. Интегрированные бренд-коммуникации. — М.: РИП-холдинг, 2004. — 243 с.
- 5) Duncan T., Caywood C. The Concept, Process, and Evolution of Integrated Marketing Communication // Integrated Communication: Synergy of Persuasive Voices. — Mahwah, NJ, 1996. — P. 13–35.
- 6) Lanier J. Dawn of the New Everything. — New York: Henry Holt, 2017. — 351 p.

- 7) Market Research Future. Augmented Reality Headsets Market Report [Электронный Финансовые и операционные результаты ПАО «МТС» [Электронный ресурс]. — URL: <https://ir.mts.ru/> (дата обращения: 20.12.2025)
- 8) The Business Research Company. Immersive Technology Global Market Report [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.thebusinessresearchcompany.com/> (дата обращения: 20.12.2025).