

Психологические и коммуникативные уловки Яндекса для удержания и привлечения клиентов

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Кочетов Святослав Глебович

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия
E-mail: mp1894579@gmail.com

В условиях стремительного развития цифровой экономики Яндекс превратился из поисковой системы в многоуровневую экосистему, объединяющую сервисы транспорта, доставки, электронной коммерции, развлечений и финансов. Конкуренция на цифровых рынках всё чаще разворачивается не только за привлечение новых пользователей, но и за их удержание внутри единого сервисного контура. В этой связи особый интерес представляет анализ психологических и коммуникативных приёмов, с помощью которых Яндекс формирует устойчивую лояльность аудитории и снижает вероятность её ухода к конкурентам.

Выявлено, что удержание и привлечение пользователей в экосистеме Яндекса обеспечивается рядом взаимосвязанных механизмов. Во-первых, подписочная модель «Яндекс Плюс», создающая эффект оплаченного доступа и стимулирующая более активное использование сервисов для оправдания подписки. Во-вторых, формирование повседневной цифровой привычки через интеграцию сервисов в регулярные сценарии поведения — поездки на такси, заказ еды, прослушивание музыки, использование навигации. В-третьих, персонализация рекомендаций, формирующая ощущение индивидуального подхода и повышающая доверие к платформе. В-четвёртых, бонусные программы и система кэшбэка, создающие эффект накопления и психологически затрудняющие выход из экосистемы. В-пятых, единая коммуникативная стратегия бренда, обеспечивающая целостный образ технологичной и удобной среды, внутри которой различные сервисы воспринимаются как части одного пространства.

Проведённый анализ показывает, что устойчивость экосистемы Яндекса определяется не только технологической интеграцией сервисов, но и последовательным использованием поведенческих и коммуникационных инструментов влияния. Сочетание подписочной логики, привычки, персонализации и бонусных стимулов формирует замкнутый пользовательский контур, в котором переход к альтернативным решениям становится менее привлекательным. Полученные выводы могут быть использованы при разработке коммуникационных стратегий цифровых платформ и при анализе конкурентных моделей на рынке экосистем. Дальнейшее исследование может быть направлено на оценку долгосрочного влияния подобных механизмов на потребительское поведение и уровень цифровой зависимости аудитории.

Источники и литература

- 1) Ахмаева Л. Г. Синергетический ценностной эффект от подписки на сервисы внутри экосистемы Яндекса // Вестник Государственного университета управления. 2022. № 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sinergeticheskiy-tsennostnoy-effekt-ot-podpiski-na-servisy-vnutri-ekosistemy-yandeksa> (дата обращения: 16.01.2026).

- 2) Гудкова Т. В., Кузнецов Г. Ю. Цифровые экосистемные модели в бизнесе: вызовы теории и практика управления // Модернизация. Инновации. Развитие. 2022. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-ekosistemnye-modeli-v-biznese-vyzovy-teorii-i-praktika-upravleniya> (дата обращения: 16.01.2026).
- 3) Клеманина Ю. М., Муравьева О. А., Стеблякова Л. П., Вечкинзова Е. А. Цифровые экосистемы как механизм повышения уровня лояльности клиентов // Креативная экономика. 2024. № 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-ekosistemy-kak-mehanizm-povysheniya-urovnya-loyalnosti-klientov>(дата обращения: 16.01.2026).
- 4) Кузнецова С. А., Маркова В. Д. Стратегии развития экосистем: анализ российского опыта // СРРМ. 2021. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategii-razvitiya-a-ekosistem-analiz-rossiyskogo-opyta> (дата обращения: 16.01.2026).
- 5) Маркова В. Д., Кузнецова С. А. Позиционирование российских экосистем бизнеса // Мир экономики и управления. 2022. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pozitsionirovanie-rossiyskih-ekosistem-biznesa>(дата обращения: 16.01.2026).
- 6) Рябинина О. И., Ковалева Т. В. Исследование особенностей создания и развития банковских экосистем // Ученые заметки Тихоокеанского государственного университета. 2024. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-osobennostey-sozdaniya-i-razvitiya-bankovskih-ekosistem> (дата обращения: 16.01.2026).
- 7) Сурнин Н. Д., Юрова О. В. Анализ лучших практик удержания клиентов на рынке услуг связи для массовых потребителей в России // Вестник науки. 2025. № 12 (93). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-luchshih-praktik-uderzhaniya-klientov-na-rynke-uslug-svyazi-dlya-massovyh-potrebiteley-v-rossii> (дата обращения: 16.01.2026).