

РОБОВЕРТАЙЗИНГ ИЛИ КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ РОБОТОВ В МАРКЕТИНГЕ

Крушная Полина Евгеньевна

студент факультета маркетинга, менеджмента
и предпринимательства учреждения образования
«Белорусский национальный технический университет»
(г. Минск, Беларусь)
krusnaapolina@gmail.com

Железко Борис Александрович

доцент кафедры «Маркетинг» учреждения образования
«Белорусский национальный технический университет»
(г. Минск, Беларусь)
boriszh@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматриваются роботы-андроиды компании Boston Dynamics, их перспективы использования в современной сфере маркетинга.

Введение. Робовертайзинг — один из способов распространения рекламы посредством роботов (обычно андроидов). Рекламные акции, показ баннеров, рекламных видео, светящихся табло в движении при проведении массовых мероприятий, интерактивные взаимодействия с публикой и т. д. Это и многое другое можно использовать для демонстрации и распространения рекламных обращений, как это делает компания Boston Dynamics.

Основная часть. Boston Dynamics – инженерная компания, занимающаяся разработкой и конструированием роботов. Компания была основана в 1992 году Марком Райбертом и с тех пор приобрела боль-

шую популярность во всем мире [1, с. 1–2]. Одним из самых известных проектов компании является Spot Mini – робот-андроид компании. Он представляет собой маленького робота с четырьмя ногами. Он может передвигаться по неровной поверхности и лестницам, а некоторые роботы-андроиды могут даже открывать двери. Также компания Boston Dynamics известна разработкой человекоподобного робота, каких часто показывают в фильмах. Робот Atlas хорош в помощи человеку в различных сферах жизни, таких как строительство, благодаря тому, что владеет навыками паркура.

Spot, как и Atlas, был разработан для навигации в современном мире, заполненном различными средами, созданными людьми, для сбора данных в местах, где люди не могут находиться, или там, где может быть небезопасно человеку. Для достижения такого уровня мобильности и базовой функциональности робот оснащен большим количеством датчиков и двигателей.

Spot получает команды от оператора о том, куда он должен идти и в какой момент времени должен выполнять автономные миссии. Для этого оператор дает роботу указания через планшет, разработанный специально для управления роботом.

Spot использует свои встроенные датчики для навигации в окружающей его среде и для выяснения того, как добраться туда, куда ему нужно. Само устройство защищено от атмосферных воздействий, поэтому оно будет надежно работать в любом месте [2, с. 1–2].

На сегодняшний момент существует понятие дронвертайзинг – распространение рекламы с помощью дронов [3]. Используется оно не широко, однако я считаю этот способ распространения рекламы очень перспективным. Хочу предложить ввести новое понятие – робовертайзинг от английского «robot» + «advertising», где дронвертайзинг станет одной из отраслей.

Можно проводить демонстрации работы роботов в торговых центрах, при этом ограждая пространство и сохраняя безопасность для покупателей. Многие люди уже видели ролики, где роботы компании Boston Dynamics танцуют под известные хиты прошлых лет, почему бы маркетологам не воспользоваться их популярностью?

И Spot, и Atlas известны своими вирусными танцами на YouTube и в Tik Tok, поэтому я считаю, что их можно применять и в сфере маркетинга. Люди узнали о них благодаря тому, что они выполняли движения, как правило не присущие роботам. Идея размещения рекламы на

роботах весьма перспективна, учитывая их нарастающую популярность по всему миру.

Заключение. Сегодня робот Spot Mini применяется с целью удаленного наблюдения за автоматизированными процессами, а также работой оборудования в цехах, на платформах по добыче нефти и газа, однако он может использоваться и в сфере маркетинга. В будущем перспективы использования Spot Mini и Atlas весьма широки: роботы могут использоваться для выяснения уровня радиации в Чернобыле, помогать в периоды распространения вирусных заболеваний, таких как коронавирус, использоваться в повседневной жизни и для рекламы.

Список литературы

1. Бондарь, Ю. А. Дронвертайзинг как инновационный имидж компании / Ю. А. Бондарь ; науч. рук. Б. А. Железко // Экономика и маркетинг в промышленности : материалы студенческой научно-технической конференции, проводимой в рамках международного молодежного форума «Креатив и инновации 2021», Минск, 20–30 апреля 2021 г. / редкол.: А. В. Данильченко [и др.]. – Минск : БНТУ, 2021. – С. 177–178.
2. «Spot» [Электронный документ]. – Режим доступа: [spot-specifications.pdf \(bostondynamics.com\)](https://spot-specifications.pdf(bostondynamics.com)). – Дата доступа: 27.04.2023.
3. «The Story Of Boston Dynamics» [Электронный документ]. – Режим доступа: [The Story Of Boston Dynamics \(human-robot-interaction.org\)](https://www.human-robot-interaction.org/the-story-of-boston-dynamics/). – Дата доступа: 27.04.2023.