

Современные методы и средства совершенствования маркетинговой стратегии предприятия

Третьякова Е.С.

Белорусский национальный технический университет

В современных условиях методы и средства совершенствования маркетинговой стратегии предприятия становятся объектом особенно пристального внимания. Такой интерес вполне закономерен, поскольку современный рынок все более и более насыщается конкурентоспособными товарами. Поэтому вопросы продвижения товаров на предприятиях являются как никогда актуальными, а новейшие приемы, способствующие сбыту продукции, приобретают особую ценность.

Методы маркетинговой деятельности заключаются в проведении следующих действий: анализ внешней среды; анализ потребителей (как реальных, так и потенциальных); изучение существующих и планирование будущих товаров; планирование товародвижения и сбыта; обеспечение формирования спроса и стимулирование сбыта путем комбинации рекламы, личной продажи, “паблик рилейшнз”, а также разного рода материальных стимулов, направленных на покупателей, агентов и конкретных продавцов; обеспечение ценовой политики, заключающейся в планировании систем и уровней цен на поставляемые товары, определении “технологий” использования цен, кредитов, скидок и т. п.; управление маркетинговой деятельностью как системой, то есть планирование, выполнение и контроль маркетинговой программы и индивидуальных обязанностей каждого участника работы предприятия, оценка рисков и прибылей, эффективности маркетинговых решений.

Итак, главной в любом значении маркетинга должна быть ориентация на потребителя, потому что в условиях рынка любое предприятие только тогда может достигнуть своих целей, когда наилучшим образом удовлетворяется спрос потребителей. А для этого необходимо предвидеть, прогнозировать спрос, постоянно изучая рынок, потребляемую продукцию, управлять этим спросом, включая стимулирование спроса и регулирование; удовлетворять спрос не только путем улучшения потребительских свойств товара, но и обеспечить его нормальное функционирование на протяжении всего периода потребления, т.е. осуществлять маркетинговую деятельность.

Разработка маркетинговых стратегий – это непрерывный, циклический процесс, предусматривающий обратную связь, основная задача которого – достижение намеченных целей предприятия.