

Dark marketing и как это работает

Аснович Н.Г.

Белорусский национальный технический университет

Сегодня клиенты все больше интересуются вариантами «нестандартного» продвижения своих продуктов. И в большинстве случаев клиенты говорят про dark marketing.

Важно понимать, что dark marketing – это не «теневой» или «черный» маркетинг. Dark marketing – это скорее «невидимый», «скрытый» или «замаскированный» маркетинг, инструмент построения коммуникации с брендом через нестандартные или неконтролируемые коммуникационные каналы, где рекламодатель остается в тени.

В большинстве случаев к замаскированному маркетингу прибегают табачные и алкогольные компании. Это обусловлено тем, что число контактов с их потребителем очень ограничено, поэтому в коммуникации таких компаний часто можно встретить использование новейших технологий и инновационных подходов.

Прежде всего, бренд должен быть уверен, что у него существует сильная позиция на рынке, индивидуальность, характер, лицо, и определенное позиционирование. В замаскированном маркетинге нет прямого упоминания бренда.

Также замаскированный маркетинг должен проходить на известной потребителю территории (канал коммуникации, тон сообщения, т.д.). Также очень важно понимать с кем вы разговариваете. Необходимо очень хорошо понимать свою аудиторию, знать ее потребности, ожидания.

Для работы в рамках замаскированного маркетинга необходимо четко определить: сильную, хорошо узнаваемую основную мысль бренда, идею, символ; отношение потребителя к бренду; у бренда должен быть хорошо узнаваемый «язык» коммуникации, характер, идеи, понимание ниши, где бренд присутствует. Данные требования применимы к любой коммуникации бренда.

Бесспорно, замаскированный маркетинг имеет будущее. Пока чаще всего он используется теми брендами, которые имеют ограничения в каналах коммуникации. Сегодня замаскированный маркетинг становится частью рекламных кампаний. Он помогает бренду в построении взаимоотношений с потребителем, в лучшем определении места бренда, помогает совершенствовать коммуникацию. В итоге, замаскированный маркетинг должен стать частью маркетинговой стратегией успешного бренда.