

СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА

Студентка гр. 11306114 Родионова О. В.

Кандидат эконом. наук, доцент Мелюшин П. В.

Белорусский национальный технический университет

Существуют всем известные технологии маркетинга: это может быть размещение рекламы на городских баннерах или в газетах, раздача листовок или визиток. Однако мир не стоит на месте, и, соответственно, маркетинг предприятий должен идти в ногу со временем, чтобы достигать своей цели – привлечение клиентов.

Со всем рекламным беспорядком на рынке, отправка прямой почты на почтовый ящик снова стала одним из лучших способов привлечения клиентов. Главное в данной стратегии – умение правильно сформулировать основную мысль письма, чтобы заинтересовать клиента.

Бюллетени становятся все более и более необходимыми для маркетингового портфеля компании. Правильно оформленная брошюра вдохновляет людей заглянуть внутрь. Прямая реклама и «сухой» текст, сменяются личными историями и дружеским тоном и дополняются углубленной статьей о решении конкретной проблемы.

Основным инструментом в настоящее время является маркетинг в социальных сетях. Использование социальных медиа-платформ эффективно, бесплатно и является отличным способом рассказать о продукте широкой аудитории потребителей. Это может быть создание собственных групп, рассылка сообщений в готовые группы с целевой аудиторией или размещение небольших рекламных блоков на страницах социальных сетей.

Следующая эффективная стратегия – это интернет-реклама. Существует большое количество онлайн-платформ, таких как Google Adwords и Facebook Ads, которые отображают рекламные объявления компаний за определенную плату. Изучая, какие сайты посещает тот или иной человек, какие товары он ищет, эти платформы предлагают рекламу в соответствии с результатом этих исследований.

Геймификация является отличным инструментом для привлечения новых клиентов. Например, авиакомпания United Airlines предложила своим клиентам игру «Кто больше летает?». В итоге, пассажиры, которые налетали около двух-трех миллионов миль, получили очень выгодные бонусы. А компания смогла установить длительные отношения с клиентом на взаимовыгодных условиях.

Нельзя с точностью определить, какой из инструментов маркетинга окажется самым эффективным. Следует использовать комплексный подход к выбору средств маркетинга в зависимости от целей продвижения и бюджета рекламной кампании.