

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ

*Д.А. Жук, студент группы 10507118 ФММП БНТУ,
Р.А. Завадский, студент группы 10507218 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель В.А. Кудрявцев*

Резюме – каждый производитель стремится увеличить свои объемы продаж путем правильного продвижения той или иной продукции на рынке. Однако, в современных реалиях, когда существует большое количество конкурентов, необходимо прибегать к современным методам продвижения продукции, чтобы подчеркнуть свою индивидуальность и занять обособленное благоприятное положение в сознании потребителей.

Summary – each manufacturer strives to increase its sales volumes by properly promoting a particular product on the market. However, in modern realities, when there are a large number of competitors, it is necessary to resort to modern methods of product promotion in order to emphasize your individuality and take a separate favorable position in the minds of consumers.

Введение. Методы продвижения – совокупность маркетинговых мероприятий, используемых для распространения информации о преимуществах своей продукции и убеждения покупателей приобретать её. Существуют как базовые методы распространения товаров и услуг, которые используются уже на протяжении многих лет, так и современные, более усовершенствованные, о которых пойдет речь в данной научной работе.

Основная часть. Со стремительным развитием интернета и социальных сетей, а также технологий появились новые вариации распространения информации о товарах. Одним из современных методов является e-mail рассылка. Суть метода заключается в том, что при посещении сайта производителя или фирменного магазина, потенциального покупателя просят оставить адрес электронный почты. На указанную почту будут отправляться письма с различными предложениями, акциями, скидками и напоминаниями, тем самым стимулируя клиента осуществлять дальнейшие покупки [2]. Хорошим методом продвижения является Push-уведомления. Push-уведомление – это небольшое окно с сообщением, содержащее различную информацию, связанную с акциями, скидками и персональными предложениями. При посещении интернет ресурса производителя высвечивается запрос на показ уведомлений и, когда клиент нажимает кнопку «Разрешить», ему начинают приходить сообщения (даже в офлайн-режиме), при нажатии по которым человек переходит на нужную страницу. В 21 веке появилась отличная возможность ведения бизнеса в соцсетях Вконтакте и Инстаграм, видеохостинге YouTube. Достаточно просто создать страничку (канал) вашей компании и день ото дня показывать миллионам людей свой товар с помощью стильных и красочных бан-

неров, живых выступлений, бесплатных розыгрышей, выделять его значимость среди других и рассказывать, как правильно им пользоваться [1].

Из вышеописанного приема продвижения вытекает еще один, который на сегодняшний день является достаточно эффективным - реклама у блогера. Суть метода заключается в том, что блогер на платной основе делает положительный обзор товаров производителя, тем самым получая дополнительную аудиторию и хороший отзыв от медийного человека. Нельзя не отметить такой современный способ продвижения продукции, как контекстная реклама в интернете. Суть метода: популярные поисковики как «Яндекс» и «Google» показывают ваше рекламное объявление в виде гиперссылки на первых строчках после того, как человек ввел определенный запрос, близкий по тематике к вашей рекламе. Таким образом рекламное объявление появляется «в нужное время и в нужном месте» [2]. Еще одним популярным методом продвижения продукции является таргетированная реклама в интернете. Это средство, которое позволяет компании показывать свое рекламное объявление исключительно определенным пользователям во ВКонтакте, Instagram, и других соцсетях. В настройках рекламы мы подбираем целевую аудиторию по возрасту, полу, образованию, интересам, примерному месту жительства и другим факторам. Впоследствии, реклама появляется у данных людей при посещении соцсетей. С понятием таргетинг тесно связан и ретаргетинг. Когда потенциальный клиент заходит на ваш сайт, вы можете отследить его с помощью специальных платных сервисов и затем всяческими рекламными баннерами напоминать ему везде о вашей продукции. Это заставит потребителя снова зайти на ваш сайт и купить необходимый товар.

Заключение. Резюмируя вышесказанное, можно заметить, что все современные методы продвижения продукции связаны с интернетом, ведь именно там люди проводят значительную часть своего времени и есть возможность «зацепить» потенциальных клиентов, особенно во время разразившейся эпидемии. Однако, чтобы качественно продвигать свою продукцию важно не только создать привлекательную рекламную запись с хорошим текстом и выгодным предложением, но еще и определить аудиторию, на которую будет нацелена реклама, а также использовать наиболее подходящие методы продвижения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Реклама бизнеса в Facebook и Instagram: подготовка к запуску с нуля [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <https://secrets.tinkoff.ru/prodazhi/reklama-facebook-instagram/>. – Дата доступа: 25.02.2021.
2. Способы продвижения товара: от классических до вариантов на грани эпатажа [Электронный ресурс]/ Режим доступа: <https://sales-generator.ru/blog/sposoby-prodvizheniya-tovara/>. – Дата доступа: 25.02.2021.