

УДК 339

Клим Інна

Klim Inna

Науковий керівник: к.е.н., доцент Краузе О. І.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ЕВОЛЮЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

EVOLUTION OF MARKETING TECHNOLOGIES

Останніми роками в Україні активно розвиваються технології мобільного маркетингу: мобільні програми (mobile apps), браузері доповненої реальності (Layar, Junaio).

Основними послугами мобільного маркетингу на сьогоднішній день є промоційні акції скеровані на стимулювання продажу та формування лояльності споживачів

Мобільним маркетингом здебільшого займаються три типи компаній:

- мобільні оператори – своїми силами створюють власні відділи маркетингових комунікацій;
- агенції мобільного маркетингу – спрацюють спеціалізовано в галузі мобільної реклами та маркетингу;
- контент-провайдери – здебільшого продають розваги для мобільних телефонів, також займаються рекламними кампаніями.

Велика кількість соціальних мереж дають доступ компаніям до значного масиву інформації, що надає їх можливість вибудовувати стратегії розвитку з орієнтацією на максимальне задоволення потреб споживачів.

Але просте задоволення потреб споживачів, це вже вчорашній день. На сучасному етапі розвитку маркетингових технологій компанії переходять на наступний щабель, що базується на здатності прогнозувати клієнтів, передбачити смаки споживачів.

Успішний маркетинг базується на дотриманні 10 заповідей:

- 1) Любіть своїх споживачів та поважайте своїх конкурентів;
- 2) Будьте чутливими до змін, готуйтеся до трансформації;
- 3) Захистіть свій бренд, зрозумійте хто ви є;
- 4) Запити споживачів різноманітні, перейдіть спочатку до тих, хто може отримати більше користі від вас;
- 5) Завжди пропонуйте гарний продукт за об'єктивну, чітку ціну;
- 6) Будьте завжди доступними і пропонуйте якісні новини;
- 7) Утримуйте і формуйте своїх клієнтів;
- 8) Забезпечте якісний сервіс;
- 9) Завжди відрізняйтеся за рівнем якості, вартості та строками поставки;
- 10) Аргументуйте релевантну інформацію та використовуйте свою мудрість при прийнятті рішень.

Всім відомо, що головною рушійною силою продажів є емоції. Саме вони керують людьми, заставляють приймати складні рішення і робити це швидко, необдуманно. Ця особливість часто використовується в рекламних кампаніях і при формуванні образу. Існує сім базових емоцій: смutek, радість, гнів, страх, здивування, огида; презирство.

Емоційний брендінг (маркетинг 5.0) виступає новою парадигмою, здатною розв'язати одне з головних завдань маркетингу: об'єднати компанію і клієнтів, встановити між ними міцний і результативний зв'язок. Маркетологи, формуючи образ того чи іншого бренду, можуть експлуатувати різноманітні емоції, передавати в їх контексті найрізноманітніші повідомлення, мета яких, зазвичай, одна – зацікавити потенційного покупця.