

УДК 658.8.011.1

Приймак Л. – ст. гр. УМ-31м

Національний технічний університет України «КПІ»

ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ ТЕХНОЛОГІЙ ЕЛЕКТРОЖИВЛЕННЯ ТА ЕНЕРГОЗАХИСТУ

Науковий керівник: д.е.н., професор Куденко Н.В.

Загалом промисловий маркетинг передбачає діяльність, яка спрямована на задоволення попиту споживачів у різноманітних предметах та послугах, що використовуватимуться у їх підприємницькій діяльності. Не виключенням є й ринок технологій електроживлення та енергозахисту.

Таким чином, просування на ІТ ринку загалом, та на ринку технологій енергозахисту зокрема, можна визначити як будь-який метод чи систему заходів, що наполегливим, переконливим чином доводять сприятливу інформацію про високотехнологічний товар, його переваги та особливості, до потенційних клієнтів. Ієрархія цих методів, що є найбільш ефективними на ринку технологій енергозахисту, виглядає наступним чином:

- особистий продаж;
- стимулювання збуту (виставки, семінари, конференції);
- реклама;
- PR.

Так, найважливішим та найвпливовішим інструментом просування на даному ринку є особисті продажі. Однією з причин цьому є те, що цільовий ринок представлений виробничими споживачами різноманітної спеціалізації, які потребують індивідуальних підходів та рішень, що залежатимуть від побажань та умов роботи їх підприємств. Іншою важливою причиною є високий рівень складності технологій електроживлення та енергозахисту, який потребує проведення попередніх кваліфікованих консультацій з фахівцями галузі. Також не останню роль відіграє той фактор, що особливості та умови організації збуту високотехнологічних товарів потребують від спеціалістів зі збуту відповідних технічних знань, досвіду і творчого підходу, поєднання яких найкраще реалізується через особистий продаж.

Важливість стимулювання збуту на ринку енергозберігаючих технологій зумовлена високою технологічною складністю та постійними інноваційними розробками в даній сфері. Таким чином, участь у різноманітних тематичних виставках, конференціях та семінарах дозволяють не лише охопити необхідну цільову аудиторію, але й забезпечити максимально ефективно подання інформації саме для конкретних сегментів споживачів.

Що стосується реклами та PR, то найбільш ефективними для даних інструментів комунікацій є розміщення інформаційних та рекламних статей у спеціалізованих виданнях. Крім того, найпереконливішими та найефективнішими статтями вважаються ті, які показують результати та переваги практичної роботи подібного устаткування на конкретному підприємстві, а також подання матеріалу від імені особи, що вважається експертом в даній області. Зважаючи на усе вищезазначене, можна також додати, що, враховуючи специфіку ринку технологій електроживлення та енергозахисту, при використанні будь-якого інструменту просування необхідно перш за все звертати увагу потенційних споживачів на такі важливі для них характеристики, як надійність та потужність даного обладнання, які, разом з фактором низької повної вартості володіння, нівелюють цінову чутливість до даного виду технологій.