

УДК 339.13

Зеленюк Роман

Zelenyuk Roman

Науковий керівник: к. е. н., доцент Шпилик С.В.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

МАРКЕТИНГ-КИТ

MARKETING-KIT

Маркетингова наука не стоїть на місці, розвивається динамічно, з'являються нові види маркетингу, серед яких і «маркетинг-кит». Цей вид маркетингу є незвичним і зовсім новим. Отже, що ж це таке?

Маркетинг-кит (marketing kit) – це комплекс маркетингових заходів, які просувають не лише послугу або товар, а життя самої компанії. Цей вид маркетингу дає змогу простим покупцям, партнерам, побачити компанію з середини, проникнути в історію компанії і дізнатися в чому характерна відмінність від конкурентів. Власне, маркетинг-кит – презентація, короткий документ, який демонструє переваги марки, пропозиції, компанії, добірка маркетингових матеріалів, що дають чіткі відповіді на питання, що цікавлять читача питання про переваги співпраці з автором маркетинг-кит.

Основна мета маркетинг-кит – надати потенційним і діючим клієнтам, партнерам, постачальникам докази того, що вони мають потребу в послугах і товарах, комерційних взаєминах з автором маркетинг-кит, а рівень і якість цих послуг, товарів і взаємини дуже високі. Маркетинг-кит інформує про компанії, її цінності, послуги, проекти і товари. Маркетинг-кит – це вся суть компанії, презентація для потенційних і діючих клієнтів, партнерів і постачальників всіх її кращих якостей. У процесі проведення маркетингу-кит застосовується один з чотирьох способів оформлення. Перший спосіб – механічне об'єднання всіх підготовлених матеріалів в один документ формату А4. Матеріали несуть у собі елементи фірмового

стилю (логотип, слоган, контакти фірми). Дотримуючись єдиного способу подачі матеріалу, в папку з комплектом маркетингових документів завжди можна буде вкласти вже наявні інформаційні матеріали. Другий спосіб – уявлення про маркетинг-кит у вигляді оформленої книги. Перевага такого оформлення в тому, що клієнти зберігають і через деякий час можуть скористатися книгою. Третій спосіб – оформлення маркетинг-кит в електронному вигляді (презентація (файл PowerPoint) або електронна книга (формат pdf)). Четвертий спосіб – оформлення маркетинг-кит у вигляді цільової сторінки (Лендінзі, landing page). Клієнту достатньо відправити посилання на сторінку, де є весь маркетинговий матеріал для вивчення. Маркетинг-кит також є як каталог компанії. Зазвичай він використовується в якості презентації. Його демонструють під час зустрічей, розсилають потенційним клієнтам, партнерам, постачальникам.

Спочатку маркетинг-кит замислювався як набір інструментів, які складаються в єдиний механізм, що продає, під однією обкладинкою. І використовувався він тільки для того, щоб помпезно представити компанію з вигодою для клієнта. Ефективність такого інструменту швидко оцінили і почали використовувати не тільки для представлення компанії, але і для презентації окремих об'єктів бізнесу та продажу.

Маркетинг-кит використовується для прямих продажів, залучення нових клієнтів, формування партнерських відносин, побудови відносин з постачальниками, іноді для інформування різних ЗМІ про свої досягнення і результати. Завдання маркетинг-кит – збільшити продажі чи прибуток фірми, надавши клієнтам інформацію про неї, її товари або послуги.

Отже, маркетинг-кит- це сучасний підхід до всіх ланок просування продукції. Компанії простіше взаємодіяти зі своїми потенційними покупцями, інформувати їх про переваги над конкурентами, тим самим переконуючи клієнта, що він зробив правильний вибір.