

**ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО НАБОРУ МЕТОДІВ ПРОСУВАННЯ  
ПРОДУКЦІЇ ПРОМИСЛОВОГО ПРИЗНАЧЕННЯ**  
**DEVELOPMENT OF AN EFFECTIVE SET OF METHODS FOR PROMOTING  
INDUSTRIAL PRODUCTS**

На сучасному етапі розвитку ринкових відносин в Україні, оптимізація маркетингових інструментів суб'єктів промислового ринку стає особливо актуальною. Ключове значення у впливі на цільову аудиторію промислового підприємства відводиться маркетинговій політиці просування промислових продуктів.

Формування ефективного набору методів просування промислової продукції є актуальним завданням. Політика просування включає цілий комплекс міроприємств, спрямованих на поінформованість покупця, формування його переконань, та нагадування цільовому сегменту ринку про продукцію фірми. Основні інструменти впливу на конкретний ринок включають:

- реклама;
- прямий маркетинг;
- стимулювання продажу;
- популяризація;
- організація виставок;
- вплив на громадську думку;
- комерційна переписка;
- Інтернет маркетинг.

При виборі інструментів маркетингової комунікації для споживачів промислових товарів важливо враховувати такі фактори: хто представляє обраний сегмент ринку, етап ЖЦТ, характеристики товару, маркетингові стратегічні підходи при формуванні збутових каналів, природньо-географічне розташування суб'єктів цільового ринку, послідовність етапів прийняття рішення про придбання товарів.

Серед всіх методів просування продукції промислового підприємства, прямі інформаційні звернення за допомогою пошти і застосування сучасних цифрових технологій визнаються найбільш важливими комунікаційними інструментами. Вони надають можливість ефективного медіа-планування та забезпечують поширення рекламної інформації.

Промислові виставки відіграють важливу роль у взаємодії з потенційними клієнтами, сприяючи демонстрації продукції та вивченню реакції ринку. Ці заходи дозволяють досягти конкретних цілей, таких як встановлення контактів, здійснення продажів, збільшення кількості потенційних покупців, виведення на ринок нових товарів та інші.

Вивчаючи питання стимулювання збуту, реалізації і рекламування промислових товарів, слід враховувати важливість розповсюдження зразків товарів для виходу на ринок інноваційних продуктів та привертання уваги потенційних покупців. Оптимальне поєднання цих елементів маркетингової політики просування буде сприяти ефективним комунікаційним зв'язкам між виробником та споживачем.

**Список використаних джерел:**

1. Фалович В.А. Комунікації підприємств в інтернеті: тренди і напрями розвитку. Вісник ОНУ ім. І.І.Мечникова. 2018. Т.23. Вип. 1 (66). URL: [http://liber.onu.edu.ua/pdf/visn\\_econom\\_23\\_1\(66\).pdf](http://liber.onu.edu.ua/pdf/visn_econom_23_1(66).pdf)