

СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНІЙ СФЕРІ

В останні роки одночасно зі зростанням ролі маркетингу підвищилась роль маркетингових комунікацій. Недостатньо мати хороші продукти і послуги - для збільшення обсягів їх продажу та отримання прибутку потрібно донести до свідомості споживачів вигоди від використання продуктів і послуг. Маркетингові технології дозволяють здійснити передачу повідомлень споживачам з метою зробити продукти і послуги компаній привабливими для цільової аудиторії. У наш час сучасні маркетингові технології дають незаперечну перевагу в конкурентному суперництві, тому все більше підприємств включається в гонку створення абсолютно нових продуктів, формування нових ринків, розробки нових способів просування.

З кожним роком в рекламній стратегії операторів зростає частка альтернативних інструментів просування, таких як різні форми BTL, мобільного та вірусного маркетингу, product placement і так далі. Для української рекламної галузі, натхненням для компаній стають західні приклади. При аналізі найбільших українських і світових лідерів можна зробити висновок, що в даний час компанії ведуть маркетингову діяльність на дуже високому рівні. Головну увагу при цьому приділяється вирішенню активних завдань, тобто формування і стимулювання попиту на послуги стільникового зв'язку. SMM - це абсолютно новий, свіжий метод розкрутки і просування сайтів, який ґрунтується не тільки на задоволення вимог рекламодавця, але і на задоволення потреб відвідувача. Коли компанія виходить в соціальну мережу, вона обирає шлях прямого і швидкого спілкування з потенційними клієнтами. Локальний маркетинг, який за визначенням орієнтований на мобільні пристрої, стає одним з найважливіших каналів залучення нових клієнтів і збереження старих.

Оцінюючи ефективність просування компанії в соціальних мережах, кожен раз необхідно звірятися з цілями, відстежувати сучасні тренди і при необхідності коригувати свої дії.

В даний час існують різноманітні інструменти інтернет-маркетингу. З кожним днем з'являються інноваційні розробки, створення і розкручування в мережі веб сайтів, «SEO пошукова оптимізація», «Пошукова реклама». Інтернет реклама володіє вищим ступенем охоплення цільової аудиторії.

Банерна реклама застосовується для швидкого охоплення цільової аудиторії, збільшення впізнання рекламної продукції.

Контекстна реклама одна з видів реклами в соціальних мережах, яка застосовується з метою залучення найбільшої кількості зацікавленої в продукції аудиторії. Прогресують інновації вірусного маркетингу, відео маркетингу, швидкий розвиток відбувається в маркетингу соціальних зв'язків.

- електронні дошки оголошень;
- соціальні мережі, чати, форуми;
- онлайн-конференції та семінари;
- блоги;
- сайти оглядів і рейтингів.

Підсумувавши, можна зробити висновок що, розвиток сучасних маркетингових технологій з кожним роком прогресує і вдосконалюється.

Література

1. Нікуліна О.В., Піщоліна Ю.Т. Використання маркетингових технологій підприємствами малого бізнесу для забезпечення конкурентоспроможності в умовах інноваційної економіки
2. Маркетинг від А до Я. Котлер Ф. СПб., 2003.
3. Маркетинг: підручник для вузів / Н. Д. Еріашвілі, К. Ховард, Ю. А. Ципкіна і ін.; Під ред. Н.Д. Еріашвілі- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - С. 91-92.