

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ УСКОРЕНИЯ ПРОЦЕССА ВОСПРИЯТИЯ ИННОВАЦИЙ НА РЫНКЕ B2B

Процесс продвижения инновации производителем основывается на процессе принятия инновации потребителем (узнавание, интерес, оценка, апробация, признание). Производитель учитывает данные этапы и обеспечивает потребителя осведомительной и побуждающей к действию информацией с помощью инструментов маркетинга. В общем виде, инструменты продвижения имеют следующий вид: реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью, прямой маркетинг, прямые продажи, методы продвижения в Интернете. После создания и тестирования инновационного продукта, производитель выбирает каналы продвижения. Их можно разделить на два вида: традиционное продвижение и продвижение в Интернет. Оба канала являются выгодными и в настоящее время используются в совокупности. Основное отличие в том, что продвижение в Интернет значительно дешевле.

Продвижение через интернет. Производителю инновации доступны следующие возможности для продвижения инновации: сайт компании; продвижение сайта; отзывы на сайте и специализированных форумах. Продвижение сайта напрямую связано с продвижением инновации. Наиболее распространенные сейчас методы продвижения следующие: поисковая оптимизация; контекстная реклама; почтовая рассылка; PR в Интернете.

Далее рассмотрим традиционные методы продвижения. Распространенным является тестирование продукции на предприятиях потенциальных потребителей. Обязательным условием является последующий отзыв, который в дальнейшем позволит привлечь клиентов. Выставки и конференции. Их можно рассмотреть со стороны временных рынков сбыта продукции. Связи с общественностью (PR). При выведении инновации на рынок здесь могут иметь место публикации о компании и инновации в журналах, работа с журналистами, для обеспечения яркого представления инновации в изданиях.