

Студ. В.С. Концевая,  
студ. А.И. Невестенко,  
Науч. рук. ст. преп. А.А. Пузыревская  
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

## **САРАФАННЫЙ МАРКЕТИНГ**

В современном мире большинство людей, принимая решение о покупке товара или услуги, прислушиваются к отзывам знакомых им людей. Они отдают предпочтения тем продуктам, которые имеют наиболее высокие рейтинги по отзывам. В таком случае наиболее распространённым методом рекламы является сарафанный маркетинг[1].

Сарафанный маркетинг представляет собой некую маркетинговую технологию, позволяющую спровоцировать позитивные разговоры о бренде в среде потенциальных потребителей.

Сарафанный маркетинг непосредственно связан с сарафанным радио. Сарафанное радио – форма коммуникации, с помощью которой удовлетворённые пользователи распространяют информацию о предпочтениях тому или иному товару или услуге[2].

Среди основных преимуществ сарафанного радио перед другими маркетинговыми инструментами можно выделить повышенное доверие целевой аудитории к информации.

Данная оценка характеризует уверенность «проверенных» источников. Сарафанному радио люди склонны доверять гораздо больше, нежели другим источникам информации. Это можно объяснить такими способами, как советчик не имеет личной выгоды, соответственно информация не является рекламой, положительное мнение о продукте будет сформировано только в том случае, если потребитель на личном опыте удовлетворён качеством продукта.

Сарафанный маркетинг придаёт уверенность и решительность потребителям. В то же время сарафанный маркетинг является побудителем в продвижении товаров или услуг. Он применяется только в тех случаях, когда данный продукт или услуга заслужили доверие среди целевой аудитории.

Каждая марка или бренд хотят иметь достойную репутацию среди каждого потребителей. Однако не все способны завоевать авторитет и сохранять свою этичность. Существует четыре основных правила сарафанного маркетинга. Автор книги «Сарафанный маркетинг. Как умные компании заставляют о себе говорить» Энди Серновиц считает, что в основе действия сарафанного маркетинга лежат четыре основных правила:

– удивляйте. Не стоит тратить усилия на сохранение товара или услуги, а в приоритете стоит совершенствоваться. Удивление клиентов – залог успеха;

– не заморачивайтесь. Чем проще предоставляется продукт целевой аудитории, тем лучше. Иногда простое и рафинированное решение может стать отличным инфоповодом.

Примером такого решения служит первая серия iMac от Apple, где произошло усовершенствование корпусов для поднятия продаж компьютеров;

– делайте клиентов счастливыми. Именно совершенствование, вклад средств в сервис и решение проблем приведёт востребованность на рынке. Примером может служить компания Dyson, которая производит пылесосы, периодически делает email-рассылку своим клиентам. Тем самым напоминая о том, что нужно заботиться о фильтре пылесоса. Именно клиенты приводят компанию к успеху;

– заработайте доверие и уважение. Без уважения хорошего сарафанного маркетинга не существует.

Компанию, которая способна поставить в неловкое положение перед знакомыми, не будут поддерживать. Всегда следует сохранять достоинство своей компании. Следует больше внимания уделять изучению потребностей покупателей [3].

Исходя из этого, следование основным четырём правилам сарафанного маркетинга принесёт успех компании. Использование данного маркетингового инструмента является достаточно перспективным.

Однако следует отметить, что большего эффекта проще добиться среди интегрированных подходов к рекламе, одним из которых и может выступать сарафанный маркетинг.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Четыре правила сарафанного маркетинга/ Open Media [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.management.com.ua/blog/1752>. –Дата доступа: 11.04.2021.

2. Что такое сарафанный маркетинг и как он работает/ Open Media [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/64165-chto-takoe-sarafannyu-marketing-i-kak-on-rabotaet>. –Дата доступа: 11.04.2021.

3. Сарафанный маркетинг. Как умные компании заставляют о себе говорить: электронный учебник / Э. Серновиц, 2020. 234-236с.