

СИТУАТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Маркетинг - это процесс, который постоянно развивается. Если раньше бренды рекламировали свою продукцию с помощью масштабных, широких и дорогостоящих маркетинговых кампаний, то в настоящее время реклама стала гораздо более персональной и доступной. Вот тут-то и вступает в игру ситуационный маркетинг.

Слово «ситуативный» говорит само за себя. Можно предположить, что даже человек, не сталкивающийся с маркетинговой терминологией, смог бы с легкостью догадаться, о чем данный раздел повествует.

В эту интернет-эпоху цифрового маркетинга с множеством рекламных возможностей и постоянно растущей конкуренцией брендам трудно оставаться актуальными. Вот почему новейшая маркетинговая техника, известная как ситуационный маркетинг, помогает брендам не только оставаться актуальными, но и приобретать новых клиентов и тем самым увеличивать продажи.

Ситуативный маркетинг – это такой способ продвижения товара или услуги бренда, используемый в виде реакции на какой-либо инфоповод. Каким бы инфоповод ни был, он обязательно должен быть актуален для целевой аудитории бренда, иначе толку от него – ноль.

Общественные события, такие как праздники, события поп-культуры, спортивные события, внезапные тенденции и так далее, чаще всего не имеют отношения к массовой аудитории. Когда бренды реагируют на эти события с целью продвижения услуги или продукта или просто повышения узнаваемости бренда, это называется ситуационным маркетингом.

Многие эксперты в области маркетинга считают, что ситуативный маркетинг касается только работы с незапланированными инфоповодами типа эпидемии коронавируса или победы футбольной команды. Это подразумевает быструю реакцию на резонансные темы, которые охватывают большую аудиторию. Такой подход отлично влияет на репутацию и узнаваемость бренда в целом.

Говоря о применении ситуативного маркетинга в компании, стоит понимать, какие преимущества он может принести бизнесу.

Узнаваемость бренда. Прежде всего, ситуационный маркетинг повышает узнаваемость бренда. Помимо продажи товаров и услуг компании, сегодня это конечная цель каждого бренда.

Используя популярное мероприятие и создавая вокруг него маркетинговую кампанию или просто публикуя один пост, который может стать вирусным, можно привлечь внимание своих подписчиков в социальных сетях и потенциальных клиентов и укрепить свою позицию на рынке.

Почтовый охват. За последние несколько лет органический охват в социальных сетях значительно сократился. В настоящее время брендам приходится инвестировать в рекламу в социальных сетях, чтобы их посты доходили до целевой аудитории, так как же здесь подходит ситуационный маркетинг. Именно ситуационный контент обычно веселый, увлекательный и доступный для обмена. Обладая этими тремя качествами, ситуационный контент может быть настолько общедоступным, что станет вирусным. Но даже если этого не произойдет, хороший менеджер по социальным сетям позаботится о том, чтобы контент видели достаточное количество людей.

Больше продаж. Учитывая, что ситуационный маркетинг обладает потенциалом для повышения осведомленности о бренде компании, можно с уверенностью сказать, что он также принесет больше продаж.

Инструменты для изучения последних тенденций ситуационного маркетинга, которые помогают принять маркетинговые решения.

Тенденции Google. Google Trends - один из лучших инструментов, когда дело доходит до изучения и поиска того, что находится в тренде на данный момент. С помощью этого инструмента можно не только находить мировые тенденции, но и искать тенденции в определенных регионах.

Используя Google Trends, можно найти некоторые актуальные темы в стране, которые можно использовать для создания рекламы для вашей компании.

Во время написания этой статьи самыми актуальными темами в Республике Беларусь являются «олимпиада 2021», «реальная Беларусь ютуб», «икс фактор Беларусь».

Trends24.in - это довольно простой и понятный инструмент, который можно использовать для поиска наиболее обсуждаемых тем. Trends24 дает возможность представить актуальные темы в зависимости от выбранной страны. Используя эту информацию, можно создать рекламу, которая может стать вирусной.

Reddit - это веб-сайт, на котором люди могут размещать контент на различных созданных пользователями досках (субреддитах), открывать обсуждение в разделе комментариев для каждого поста и ранжировать посты, давая им положительный или отрицательный голос.

Это идеальное место для вас, чтобы найти актуальные темы, учитывая, что Reddit работает так, чтобы уделять внимание самым популярным (наиболее обсуждаемым и обсуждаемым) публикациям за последние 24 часа. При использовании Reddit вы также можете искать старые популярные посты или находить наиболее популярные посты в данном субреддите.

Из всего этого следует вывод, что для существенного результата мало иметь хорошее чувство юмора и уметь грамотно использовать его в определенном инфоповоде. Обязательным фактором является отличное понимание своей аудитории. Умение использовать два этих инструмента сможет обеспечить вам создание такого креатива, который действительно зайдет аудитории и, возможно, сможет расположить ее к вашему бренду еще больше.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Белоусова С.Н., Белоусов А.Г. Маркетинг. М. : Феникс, 2013.
- 2 Блайд Дж. Маркетинговые коммуникации / пер. с англ. В.Н. Шагоян. М. : Батланс-Клуб, 2013
- 3 Бронникова Т.С. Маркетинг. Теория, методика, практика. М. :КноРус, 2013.
- 4 Данченко Л.А. Маркетинг : учеб.для бакалавров. М. :Юрайт, 2013. С.105.
- 5 Тренды маркетинга и бизнес-тренды на 2022 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.klerk.ru/buh/articles/524391/>– Дата доступа: 25.01.2022 г.

УДК 331.101.1

М.В. Петрович, проф., д-р экон. наук (БГЭУ, г. Минск)

ОБ ЭКОНОМИКЕ ВРЕМЕНИ

Время – это сложная категория. Его можно рассматривать как понятие: физическое (вращение Земли); географическое (временные пояса); информационное (скорость передачи информации); физиологическое (продолжительность жизни); правовое (срок давности); военное (подлетное время); инженерно-техническое (срок эксплуатации); экономическое (рабочее время, производительность труда). Как понятие экономическое, время имеет свою стоимость и цену, влияет на производственные и распределительные процессы, определяет социально-экономические и трудовые отношения людей.

В этой связи есть все основания говорить об экономике време-