

## **ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ ЭТИЧНОГО И ЭКОЛОГИЧНОГО МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИИ**

С каждым годом, а особенно в век технологий и интернет-бизнеса возрастает роль грамотного и эффективного общения с клиентами и бизнес-партнерами. В 2022 году актуальным стало новое искреннее общение с клиентами. Крупные компании стали выстраивать индивидуальные отношения с каждым клиентом, создавая инструменты продаж и структуру рекламных компаний под особенности и потребности потребителя.

Эксперты отмечают потенциальный рост спроса и цен на ТВ-рекламу в 2022 году. Стоит отметить, что сейчас ни одно направление маркетинга не может существовать без интернет-коммуникаций, CRM и сквозной аналитики. Все элементы маркетинга взаимосвязаны и зависят друг от друга.

Для того, чтобы компанию заметили на рынке необходимо использовать современные технологии, а именно внедрять гиперперсонализацию. Потребители хотят удовлетворить свой запрос максимально просто и быстро, без каких-либо усилий. Это касается как B2B бизнеса, так и B2C продаж. Покупатели ждут персонального предложения, варианты предложений, индивидуальных настроек сервиса [1].

Поэтому компаниям следует внедрять CRM-системы и lifecycle-маркетинг (маркетинг жизненного цикла клиента) [2].

Разделение с клиентом общих ценностей также является проявлением этичного маркетинга. Клиентам нравится ощущать себя частью процесса. Им важно, когда компания демонстрирует то, что происходит внутри компании. Клиенты доверяют тем организациям, которые транслируют свои ценности, миссию, желание помочь и быть полезным. Рекомендуется рассказывать о внутренних процессах, команде, продукте, демонстрируя важные для потребителя интересы.

Все больше предприятий начало обращаться к аутсорсингу. Аутсорсинг – последовательность организационных решений, суть которых состоит в передаче некоторых, ранее самостоятельно реализуемых организацией функций или видов деятельности внешней организации, «третьей стороне» [3].

Это один из путей оптимизации бизнес-процессов. Плюс в том, что почти все можно отдать на откуп аутсорсингу, и при этом уделять больше внимания работе непосредственно над продуктом. Также аут-

сорсинг позволяет предприятия значительно сокращать издержки на содержание офисов и сотрудников.

Инструментом экологичного маркетинга является перевод сотрудников на удаленную работу. Отделы, чей функционал не требует прямого присутствия (например, финансовые отделы, маркетинг и другие, кто может выполнять свою работу извне), могут работать полностью удаленно или в гибридном режиме.

Стоит отметить важную роль, которую играет экологический маркетинг в изменении потребительского мировоззрения. Он способствует развитию новых направлений в производстве продукции и решению определенных проблем, связанных с загрязнением окружающей среды и сохранением ресурсов [4].

Таким образом, на современном рынке большинство компаний будут продолжать начатое – придерживаться своих ценностей. Одним из важных инструментов является следование ESG-принципам (экологического, социального и корпоративного) управления [5].

Так как сейчас крупные бренды транслируют ответственное и добросовестное отношение к человеку и природе, ESG останется ведущим фактором, положительно характеризующим бренд, и, как следствие, открывающим дополнительные инвестиционные возможности для компании.

## ЛИТЕРАТУРА

1. 5 главных трендов интернет-маркетинга в 2022 году год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/340803-10-glavnyh-trendov-internet-marketinga-v-2022-godu>. Дата доступа: 27.01.2022 г.

2. Lifecycle маркетинг: инструкция по применению год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mailigen.ru/blog/lifecycle-marketing-instrukciya-po-primeneniyu>. Дата доступа: 27.01.2022 г.

3. Аникин Б. А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: учеб. пособие / Б. А. Аникин, И. Л. Рудая. – Москва: ИНФРАМ, 2009. – 326 с.

4. Экологический маркетинг как новая бизнес-модель [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zaochnik.com/spravochnik/marketing/analiz-prodvizhenija-tovara/ekologicheskij-marketing/> – Дата доступа: 27.01.2022 г.

5. Тренды маркетинга и бизнес-тренды на 2022 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.klerk.ru/buh/articles/524391/> – Дата доступа: 27.01.2022 г.