

РОЛЬ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ В ПРОДВИЖЕНИИ ИННОВАЦИОННЫХ ТОВАРОВ НА РЫНОК

Студентка гр. 113626 Никита Е. В.,
кандидат экон. наук, доцент Гурина Е.В.

Белорусский национальный технический университет

Сложность реализации инновационных продуктов заключается главным образом в недостаточной информированности потенциальных потребителей о товаре и их неготовности его принять. Следствием сложившейся ситуации становится коммерческий провал перспективных в техническом и технологическом плане решений.

По статистике, 40% новинок среди товаров широкого потребления терпят неудачу, 20% новых товаров промышленного назначения и 18% услуг тоже не достигают второй стадии жизненного цикла товара. Убытки компаний, связанные с отсутствием спроса на новую продукцию, часто достигают огромных масштабов. Для того, чтобы затраченные на исследования средства возвращались и приносили выгоду, необходимо проводить масштабные маркетинговые мероприятия, доносить до сознания потребителя смысл инноваций и мотивировать их приобретение ещё на стадии разработки.

Одним из эффективных механизмов реализации инновационного процесса в условиях рыночной экономики является проведение информационно - рекламных мероприятий, отечественных и международных инновационных и специализированных выставок. Главная цель этих мероприятий - использование возможностей выставок как инструмента маркетинга научно-технических и инновационных разработок, для рекламы продукции и услуг и поиска перспективных деловых партнеров. Но реализация инноваций невозможна также и без определения круга её потенциальных потребителей. Для создания будущего спроса развитые страны уже давно используют такой механизм как позиционирование. При этом четко определяется целевая аудитория продукта, его конкурентные преимущества и задачи, которые он решает. Таким образом, потребителю разъясняется смысл новой разработки и навязывается необходимость её приобретения, а в сознании формируются причины совершения покупки, т.е. происходит мотивация.

Проведение грамотного позиционирования помогает значительно снизить риски, возникающие в процессе создания и реализации инноваций, а также обеспечивает их успешное внедрение на рынок, повышая тем самым заинтересованность инвесторов в инновационных проектах.