

## МАРКЕТИНГ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ

*А. А Квач, студент группы 10504321 ФММП,  
научный руководитель – старший преподаватель Н. М. Хохлова*

*Резюме – использование инструментов маркетинга позволит повысить качество услуг с учетом их разнообразия и уникальности, сформировать положительный имидж поставщику и повысить эффективность процесса продвижения.*

*Resume – the use of marketing tools will improve the quality of services, taking into account their diversity and uniqueness, create a positive image for the supplier and increase the efficiency of the promotion process.*

**Введение.** Современные рынки характеризуются перенасыщенностью услуг и сложностью взаимодействия с потребителями. Для повышения эффективности продвижения услуг поставщики используют различные подходы, в том числе и современные инструменты маркетинга.

**Основная часть.** Услуги, в отличие от товаров, неосвязаемы, потребляются уже во время их производства, не могут храниться или перепродаваться, их качество невозможно оценить до момента покупки. Услуги уникальны, очень разнообразны и не могут быть точно воспроизведены даже тем же поставщиком, поэтому невозможно предложить универсальный алгоритм их продвижения [1]. Существует ряд особенностей, которые следует учитывать при продвижении услуг, а именно:

1. Потребитель не примет решения об обращении за услугой пока не поймет ее пользы, возможности удовлетворить возлагаемые ожидания. Поскольку услуга неосвязаема, большая часть решений о покупке будет зависеть от степени доверия продавцу. Здесь важно применять такой инструмент как информирование, то есть необходимо правильно, доступно и вовремя информировать потенциальных потребителей.

2. Потребитель не примет решения об обращении за услугой пока не будет уверен, что он сам сделал осознанный мотивированный выбор. Здесь используются инструменты убеждения.

3. Поскольку потребность в услугах обычно повторяется, потребитель не обратится повторно за услугой, если периодически не информировать его о предложениях поставщика, программах лояльности. Это помогает стимулировать спрос и создавать возможности для долговременных партнерских отношений [3].

При продвижении услуг существует и ряд проблем, таких как: сложность описания услуги и доступная подача информации о ней, неправильно выбранный сегмент рынка, использование не всех инструментов продвижения, недоверие к инструментам маркетинга, отсутствие четкого плана продвижения [2]. Для решения этих проблем следует активно использовать PR-

инструменты, такие как пресс-релизы, радио и реклама, листовки, блоги, профили и страницы в социальных сетях, уделить внимание программам лояльности клиентов и формированию партнерских отношений, использовать возможности частичного использования услуги в тестовом режиме до момента продажи, повышать квалификацию персонала, что позволит не только повысить качество конкретных услуг, но и сформировать положительный имидж поставщику.

**Заключение.** Таким образом, в настоящее время, при достаточно высоких объемах предлагаемых услуг и конкуренции среди их поставщиков, большинство из них не в полной мере использует инструменты маркетинга при их продвижении. Однако, хорошо разработанная стратегия маркетинга позволит снизить риски, удовлетворить ожидания потребителей, завоевать их доверие и, в конечном итоге, повысить эффективность работы в целом.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Беквит, Г. Продавая незримое. Руководство по маркетингу услуг / Г. Беквит. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 220 с.
2. Синяева, И.М. Маркетинг услуг / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова. – М.: Дашков и К, 2019. – 252 с.
3. Особенности концепции маркетинга услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://spravochnick.ru/marketing/marketing\\_uslug](https://spravochnick.ru/marketing/marketing_uslug). – Дата доступа: 10.11.2022.

УДК 339.138

### ОСОБЕННОСТИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В БЕЛАРУСИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*Кирисюк М. Д., студентка группы 10504121 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент И. С. Полоник*

*Резюме – в данной статье рассматривается роль интернет-маркетинга и интернет-рекламы в развитии предприятий Беларуси. А также проблемы в сфере интернет-рекламы в Беларуси.*

*Resume – this article examines the role of Internet marketing and Internet advertising in the development of enterprises in Belarus. The problems in the field of Internet advertising in Belarus are considered.*

**Введение.** В современном мире, когда цифровизация с невероятной скоростью внедряется во все сферы деятельности человека, невозможно недооценивать ее значение и для маркетинга. В маркетинге множества современных и успешных предприятий интернет-маркетинг играет главенствующую роль. Интернет-маркетинг также стал неотъемлемой частью при продвижении белорусских брендов. Цифровой маркетинг подразумевает