

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Студент гр. 10302119 Клява Ю.В.

Научный руководитель – ст. преподаватель Куневич О.В.

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

Маркетинговая деятельность — это набор мероприятий, которые проводятся с целью продвижения продукта или услуги на рынке. Это необходимо для того, чтобы заинтересовать потенциальных клиентов и установить лояльность к бренду. В данной статье будут рассмотрены основные принципы маркетинговой деятельности, специфика рыночной среды и важность анализа потребительского поведения.

Основным принципом маркетинговой деятельности предприятия является наличие чего-то уникального в продукте или услуге, которое повышает его конкурентоспособность на рынке. Для этого необходимо провести подробный анализ своих конкурентов и понять их слабые места. Только тогда можно выделить уникальные характеристики своего продукта и грамотно продвигать его на рынке. Дополнительно, нужно формулировать уникальное предложение, которое подчеркивает преимущества продукта, и использовать его при продвижении товара [1].

Специфика рыночной среды - очень важный фактор при проведении маркетинговой деятельности. Рынок постоянно меняется, и поэтому необходимо следить за модными тенденциями и переоценивать свою стратегию в зависимости от ситуации на рынке. Например, мода на здоровый образ жизни может привести к изменению спроса на продукты, связанные с фитнесом и здоровым питанием. Таким образом, важно следить за динамикой рынка и грамотно адаптировать свою продукцию в соответствии с требованиями рынка.

Анализ потребительского поведения также очень важен для успешной маркетинговой деятельности. Нужно понимать, какие факторы оказывают влияние на выбор потенциального клиента. Многие факторы могут быть неявными и не заметными на первый взгляд. Например, работа с группами влияния, их размер и взаимосвязи могут существенно изменить спрос на продукт. Важно

знать о каждом шаге потенциального клиента, начиная от поиска информации до принятия решения о покупке. Важно понимать, какие факторы оказывают влияние на выбор товара и какие характеристики оцениваются в большей степени [3].

Также важным аспектом является наличие правильного микса продукта, цены, места и продвижения. Необходимо провести детальный анализ каждого компонента и грамотно сочетать их между собой. Например, цена продукта должна быть адекватной и соответствовать качеству товара, одновременно место размещения продукта должно быть удобным и доступным для потребителя. Не менее важно правильно провести рекламную кампанию, которая повысит узнаваемость бренда и призовет к действию.

Завершая статью, стоит отметить, что маркетинговая деятельность — это необходимый инструмент для успеха любого бизнеса. Однако, она должна проводиться стратегически и системно, а не в отдельных кампаниях, чтобы добиться получения максимального эффекта. Важно понимать, что каждая компания является уникальной, и не существует двух одинаковых случаев. Поэтому весьма важно продумывать каждую мельчайшую деталь и создавать индивидуальные стратегии в соответствии с характером бизнеса.

Литература

1. Куневич, О. В. Маркетинг : учебно-методическое пособие для студентов экономических специальностей / О. В. Куневич ; Белорусский национальный технический университет, Кафедра «Инженерная экономика». – Минск : БНТУ, 2020. – 46 с.
2. Сердюк, Е. С. Маркетинговая деятельность на предприятии / Е. С. Сердюк, Ю. И. Енин – Минск, 2016. – Т. 2. - С. 265.
3. Самаль, С. А. Маркетинговая деятельность предприятий малого и среднего бизнеса строительной сферы / С. А. Самаль, Ф. Л. Абрамян / Белорусский национальный технический университет. – Минск : Право и экономика, 2019. – С. 49-50.