

4. Когда конкуренты снижают цены или как избежать ценовой войны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://powerbranding.ru/marketing_lessons/price-fight/. – Дата доступа: 01.03.2019.

5. Importance of Pricing in Business [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://smallbusiness.chron.com/importance-pricing-business-57904.html>. – Дата доступа: 09.03.2019.

УДК 658.8

ГЕОМАРКЕТИНГ

*Е.В. Зеленко, студентка группы 10507218 ФММП БНТУ,
Е.Д. Налетко, студентка группы 10507218 ФММП БНТУ,
научный руководитель – к.т.н., доцент Б.А. Железко*

Резюме – Статья содержит в себе знания о геомаркетинге. О его понятии в современном обществе. Об основных преимуществах геомаркетинга.

Summary – The article contains knowledge about geomarketing. About his concept in modern society. On the main advantages of geomarketing.

Введение. Геомаркетинг (как технология) является новой информационной технологией, возникшей на основе интеграции технологий маркетинга и информационных технологий. Конечная цель его - наилучшее удовлетворение запросов и потребностей покупателей и клиентов, причём как в настоящем, так и в будущем.

Основная часть. Геомаркетинг (как концепция рыночного ведения хозяйства и управления) базируется на эффективных методах получения, анализа и применения информации при управлении, производстве и потреблении, инвестировании для развития региональных образований. Новое понятие «геомаркетинг» связывает в неразрывное целое бизнесом и геоинформационные технологии.

По данным статистики, на планете насчитывается около 2,3 миллиарда смартфонов. Это, вероятно, будет ближе к 3 миллиардам к 2020 году. И данные показывают, что около 63% владельцев смартфонов регулярно используют приложения, которые требуют данных о местоположении. Однако геомаркетинг предназначен не только для мобильных устройств. Многие веб-браузеры и устройства предоставляют данные о местоположении. Геомаркетинг означает интеграцию географических данных в маркетинг для доставки маркетинговых сообщений, связанных с местоположением вашей целевой аудитории. геомаркетинг может включать: геотаргетинг, который показывает контент посетителям на основе их местоположения, региона, страны, штата, почтового индекса или других позиционных данных и геозоны, что означает использование данных GPS для целевой передачи сообщений пользователям только в определенном месте или области.

Хотя мобильные и веб-пользователи могут сообщать о своем местоположении через взаимодействия с сайтом компании, местоположения также могут быть обнаружены с помощью GPS, IP-адреса или даже вышек сотовых телефонов. Доказано, что геомаркетинг помогает улучшить локальное позиционирование. Приведенные ранее данные показывают, что половина всех веб-пользователей работают только с тремя лучшими результатами поиска. Таким образом, использование инструментов геомаркетинга может эффективно управлять трафиком и продажами. Геомаркетинг позволяет легко привлечь вашу аудиторию качественным, релевантным контентом, который гипер-ориентирован на то, где они сейчас находятся. И это может помочь компаниям, которые работают как онлайн, так и оффлайн.

Основным преимуществом геомаркетинга является то, что он позволяет не только иметь более полное представление о рынке, но и, исходя из этого, оптимизировать эффективность бизнеса путем корректировки маркетинговых стратегий для каждого сегмента, определенного географически. Это также означает снижение затрат на проведение рекламных кампаний. С помощью этого интересного инструмента вы можете определить торговые точки, дилеров, конкуренцию и те оптимальные маршруты и альтернативы для продажи лучше. Это облегчит проектирование различных маршрутов доставки, мерчандайзинга и сбора. Кроме того, это будет инструмент стратегического планирования-расширения для оценки районов расположения или перемещения торговых точек. Из геомаркетинга каждая компания может извлечь выгоду. Используемые методы и модели анализа могут быть индивидуально адаптированы к компании. Большая гибкость программного обеспечения геомаркетинга позволяет вашему приложению выполнять широкий спектр услуг.

Заключение. В заключение, геомаркетинг также помогает компании работать более эффективно и расширяться в наиболее выгодном смысле, ища лучшие области, где бизнес будет работать лучше и достигать расширения и увеличения прибыли благодаря всей информации и инструментам, которые предоставляют инструменты разведки местоположения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Cliquet, G. Geomarketing: Methods and Strategies in Spatial Marketing /G. Cliquet – London: ISTE, 2006. – 659 p.