

Гречков Виктор Юрьевич

МГИМО МИД России

доцент кафедры менеджмента, маркетинга и ВЭД, к.т.н.

Современные маркетинговые подходы в международном бизнесе

Новые методы маркетинга, появляющиеся в последние годы, прежде всего, очевидно связаны с развитием современных Интернет-технологий. Эти новые методы охватывают все аспекты классического маркетинга, начиная с проведения маркетинговых исследований и далее связаны с формированием комплекса маркетинга.

Происходящие изменения методов маркетинговых исследований связаны с вытеснением опросов на дому, в местах продаж или по телефону все большим использованием систем online-опросов. Проведение опросов в сети Интернет может проводиться, например, с использованием так называемых online панелей, которые представляют собой сообщества потребителей, давших согласие на регулярное участие в маркетинговых исследованиях.

Современные интерактивные технологии а также применение анимированной графики позволяют потребителю использовать возможности виртуального шоппинга, позволяющая клиентам создавать примеры торговых полок, с которых виртуальные покупатели могут также виртуально «брать» товары. Но при этом важно, что они могут изучать этапы процесса покупки и выбора товаров в условиях, приближенных к реальным. Это также позволяет продавцам тестировать узнаваемость товара того или иного производителя на полке среди других аналогичных товаров.

К современным методам относятся также так называемые клик-тесты, которые могут позволить провести тестирование наружную различных видов рекламы. Все нажатия потребителя мышью на изображение, все его действия легко измеряются и могут быть проанализированы. Это же относится к тестированию видео и аудио рекламы. Кроме того, большим преимуществом

современной Интернет-рекламы является возможность легко и быстро заменить оказавшийся неэффективным рекламный баннер.

После проведения исследований, и соответствующего нового подхода в сегментировании пользователей (что также отражено в докладе), перед маркетологом возникают важные вопросы правильного использования таких новых средств, как блоги и социальные сети. И в данном случае ключевым словом является именно правильное использование – несмотря на сравнительно недавнюю практику использования в маркетинге данных средств уже имеется большой список ошибок, допущенных, в том числе и известными компаниями. Ключевой из ошибок является отсутствие правильной маркетинговой стратегии, но не только это, и ряд характерных ошибок анализируется в докладе.

Таким образом, в докладе рассмотрены некоторые новые подходы, активно используемые в современном маркетинге.