

СУТНІСТЬ І ЦІЛІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Каткова Н.В.

Національний технічний університет «ХПІ», м. Харків

Сучасний стан ринку характеризується підвищенням значення та цінності інформації. Збільшуються темпи росту інформатизації суспільства, споживач знайомиться все з більшим обсягом інформації. Однак підприємства не можуть постійно збільшувати обсяги своїх комунікацій. В цих умовах значення комунікаційної функції маркетингу зростає, а питання ефективності використання потенціалу маркетингової комунікації стає найбільш актуальним.

Маркетингові комунікації – це процес передачі інформації про товар цільовим споживачам. Головними цілями маркетингу, який реалізується програмою комунікацій підприємства є інформування, переконання споживача купувати товар.

Маркетингові комунікації дозволяють компанії досягнути наступних цілей:

- надати потенційним покупцям достовірну інформацію про свій продукт, послугу, умови продажу;
- переконати покупця в тому, що перевагу слід віддати цьому товару та здійснювати купівлю в певному місці;
- спрямувати увагу споживача на ті товари та послуги, які пропонує ринок.

Цілі маркетингових комунікацій досягаються за допомогою основних засобів: реклама, стимулювання збуту, особистий продаж, паб лісіті.

Основою формування максимально ефективного комплексу маркетингових комунікацій є сегментування, яке дозволяє одержувати найбільш актуальну інформацію про цільового споживача (його соціальні, економічні, психологічні характеристики).

На структуру комплексу маркетингових комунікацій суттєво впливає тип продукту, етап його життєвого циклу, стратегія просування, рівень готовності покупця купувати товар; особливості комплексу маркетингових комунікацій конкурентів.

Таким чином, маркетингові комунікації орієнтовані на рішення певних завдань, які, в свою чергу, повинні відповідати цілям комунікаційної програми. Кінцева ціль будь-якої стратегії маркетингової комунікації складається з того, щоб допомогти фірмі продати товар і таким чином зберегти свій бізнес.