

Секция «7. Развитие управленческого потенциала в инновационной экономике»

"Эффективный маркетинг по низким ценам"

Матжова Д.О.¹, Пак В.В.²

*1 - Финансовый университет при Правительстве РФ, Финансовый менеджмент, 2 -
Финансовый университет при Правительстве РФ, Менеджмент, Москва, Россия
E-mail: M.Di.O@yandex.ru*

*Научный руководитель
к. э. н. Артемьева Ольга Александровна*

На сегодняшний день экономические отношения между организациями, производителями, компаниями очень сложны и требуют вмешательства многих подразделений. Несомненно, во всей этой системе важнейшим звеном является маркетинг. Так как правильная организация маркетинговой деятельности может помочь компании добиться отдачи и эффективности своей работы. Это обусловлено понятными причинами. Маркетинг имеет много важных для организации целей. Прежде всего, формирование и стимулирование спроса, также проведение анализа и предоставление всей соответствующей необходимой информации для управления предприятием и принятия грамотных управленческих решений. Для любого производителя, как и для любого экономического субъекта, главной целью всегда было получение прибыли, а увеличение прибыли неразрывно связано с ростом объемов продаж, а соответственно увеличение прибыли и доли данного предприятия или организации на рынке.

Таким образом, необходимость применения маркетинга просто неоспорима. Но насколько хорошо развит маркетинг у нас в стране и много ли компаний могут позволить себе данные мероприятия, связанные с продвижением определенного продукта или услуги.

Зачастую люди, открывающие малый бизнес, стараются отдать большие деньги на маркетинг и нерационально используют ограниченные денежные средства, которые разумнее было бы направить на улучшение качества предоставляемого продукта или услуги, а также другие важные аспекты, которые необходимо учитывать на первых порах деятельности организации.

Не всегда дорогая реклама значит эффективная. Не замечали ли вы, что самая обычная и простая реклама может привлечь больше внимания и при этом повысить наше желание приобрести определенный товар или услугу.

В нашей статье мы проанализируем, насколько прибыльным и эффективным, может быть маркетинг, не требующих больших расходов, на начальном этапе деятельности организации. Мы хотели бы рассмотреть оригинальные маркетинговые идеи, не требующие больших финансовых затрат, а требующие творческого подхода, которые могут сыграть не последнюю роль. Постараемся показать, насколько эффективно можно использовать интернет-ресурсы, а в частности социальные сети, в маркетинговой деятельности. А также отразить иные возможные, бюджетные места размещения данной рекламы. И конечно же, насколько важны психологические факторы воздействия на желания потребителей и формирование спроса на продукт и услугу.

Необходимо отметить важное значение применения основных маркетинговых ходов, к примеру, привлечение внимания за счет юмора, детей и т.п.

Литература

1. Дафт Ричард. Менеджмент. Питер: 2009 . — 800 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер. М.: 2010. — 211 с.