

## СУЧАСНІ ВИДИ МАРКЕТИНГУ

Кобелєв В.М., Кобелєва А.В.

*Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

В роботі розглянуті сучасні види маркетингу, такі як: нейромаркетинг, сенсорний маркетинг, Інтернет-маркетинг, вірусний маркетинг, івент-маркетинг, латеральний маркетинг.

Нейромаркетинг - це напрямок маркетингових досліджень, предметом якого є вивчення неусвідомлених сенсомоторних, когнітивних і емоційних реакцій людини на певні стимули, нейрофізіологічних основ прийняття рішень і вибору.

Сенсорний маркетинг є ефективним інструментом, що працює на емоційності споживчих рішень. Пряме звернення реалізується через аромамаркетингові прийоми - аромапідпис, ароматизацію приміщення, ароматизацію безпосередньо продукції; а також тактильно-маркетингові прийоми - текстурування і фактурування упаковок, фірмової промодукції, створення і підтримка температурного режиму та режиму вологості в торговому залі чи офісі та інші. Під дією всіх елементів сенсорного маркетингу або використовуючи тільки деякі з них, можна встановити міцний емоційний зв'язок зі споживачем, який надалі забезпечить успішність всього бренду.

Інтернет-маркетинг використовує всі аспекти традиційного маркетингу в Інтернеті, зачіпає основні елементи маркетингміксу: ціна, продукт, місце продажів і просування. Основна мета - отримання максимального ефекту від потенційної аудиторії сайту.

Вірусний маркетинг - це передача інформації про бренд або компанії від людини до людини в ході безпосереднього спілкування між ними, причому ні на утримання цієї інформації, ні на сам процес її передачі компанія не має прямого впливу. При цьому вірусний маркетинг не є засобом передачі маркетингової інформації в традиційному її розумінні - як ТБ, директ-мейл або радіо. Мета вірусного маркетингу в тому, щоб створювати і посилювати галас навколо бренду або компанії. Головне - змусити людей говорити, а ЗМІ - писати про торгову марку.

Івент-маркетинг сприяє значному збільшенню впізнаваності бренду. Залежно від типу маркетингового середовища виділяють безліч різних форматів івент-маркетингу. Деякі з них: конференції, форуми, семінари, відкриття, презентації, виставки, свята, корпоративні заходи, фестивалі, вручення премій.

Латеральний маркетинг - це технологія розробки нових товарів, нових ідей, не «всередині певного ринку», а за його межами. Результатом латерального маркетингу є створення нового ринку та отримання більшого прибутку. Також існують такі сучасні види маркетингу: партизанський, мобільний, цифровий, арт, зелений, маркетинг в соціальних мережах, безкоштовний та інші.