

НЕОБХІДНІСТЬ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ ПОСЛУГ ЗВ'ЯЗКУ

Пригоров С.Г., Ларка М.І.
*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Незвичайність надання послуг зв'язку в цілому та маркетингової діяльності в цій сфері, зокрема, полягає в тому, що вони являють собою масовий споживчий товар, який водночас є достатньо складною послугою з точки зору технологічності її надання.

Маркетингова діяльність організації у сфері зв'язку відрізняється прийняттям на себе зобов'язання постійної відповідності тенденціям ринку і його вимогам щодо технологічної інноваційності значно більшою мірою, ніж це властиво будь-якому іншому споживчому товару. В протилежному випадку компанія ризикує втратити значну кількість своїх постійних клієнтів, що перейдуть до інших компаній, які надають більш інноваційні послуги і як наслідок, втратити значну частину своїх прибутків або й зовсім, в найнесприятливішому випадку, буде вимушена покинути цей високо конкурентний ринок.

Також маркетингологи організацій, що надають послуги зв'язку, повинні постійно пам'ятати про необхідність швидкого та інтенсивного оновлення портфеля своїх послуг, що призводитиме до постійного зростання рівня задоволеності клієнтів та захисту своєї цільової аудиторії від пропозицій конкурентів.

Важливим фактом, що впливає на необхідність постійного удосконалення послуг зв'язку, що надаються компанією, є численні інноваційні безкоштовні програми для спілкування по мобільному телефону за допомогою мережі Інтернет, доступ до якої більшість мобільних операторів в наші часи надають за незначну місячну плату.

В той же час, надзвичайно висока конкуренція на ринку обумовлює зміщення “прицілу” компаній, що надають послуги зв'язку, з технологічних удосконалень у бік формування привабливого іміджу і створення сучасного комплексу маркетингових комунікацій, що дозволить забезпечити максимальну перевагу організації, яка розкриватиметься в гідному позиціонуванні, результативній системі управління відносинами з клієнтами та через надання висококласних послуг.

Перевага комунікацій в маркетингу організацій на ринку зв'язку визначається також сучасними тенденціями розвитку цієї надзвичайно швидко прогресуючої галузі і постійним удосконаленням доступних інформаційних ресурсів, оскільки їх повноцінне використання надає можливість швидко донести технічну, комерційну чи будь яку іншу інформацію до цільової аудиторії.