

МАРКЕТИНГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ЯК ЕЛЕМЕНТ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Шкурупська І.О.

Одеський національний економічний університет, м. Одеса

Аналіз наукової думки щодо визначення поняття «інтегровані маркетингові комунікації» продемонстрував наявність різноманітних підходів. На основі узагальнення наукових розробок пропонується визначати інтегровані маркетингові комунікації як скоординоване поєднання маркетингових заходів, специфічне для об'єкта просування, що застосовується для досягнення комунікаційної, економічної та соціальної ефективності маркетингової діяльності підприємства, що функціонує у взаємодії реального та віртуального середовища. Особливістю інтегрованих маркетингових комунікацій є бінарність їх природи: об'єднання каналів і засобів просування - як існуючих в реальній, так і у віртуальній економіці (за рахунок Інтернет-простору). На рис. 1 показано, що фірма може розгортати маркетингові комунікації як в реальному, так і у віртуальному просторі окремо, паралельно, так і інтегровано в обох сферах (зона перетину). Чим більше зона перетину ІМК в реальною і віртуальною економіках, тим вище синергетичний ефект, який прагне отримати фірма.



Рисунок 1 – Бінарність природи інтегрованих маркетингових комунікацій

За допомогою таких Інтернет-засобів, як соціальні мережі реалізуються інтерактивні маркетингові комунікації. В результаті фірма отримує зустрічну інформацію про реакцію цільових та інших аудиторій на здійснюване за допомогою ІМК вплив. Отже, в рамках комплексу інтегрованих маркетингових комунікацій маркетингологи готують «комунікацію на замовлення» з метою більш чіткого відповідності очікуванням і смакам споживачів. Частка використання деяких традиційних каналів комунікації знижується за рахунок зростання частки використання Інтернет-комунікацій.

Література:

1. Шкурупская И.А. Интегрированные маркетинговые коммуникации на рынке гелиоэнергетического оборудования / И. Л. Литовченко, И. А. Шкурупская // Маркетинг і менеджмент інновацій. – Суми: СумДЕУ, 2013. – №4 (2013). – С. 52-65 .2. Социальные сети и их значение в интернет-маркетинге. SMM и SMO.[Електронний ресурс].- Режим доступу:<http://pr-cy.ru/lib/seo/Sotsial-nye-seti-i-ikh-znachenie-v-internet-marketinge-SMM-i-SMO>