

Брендovanі серіали з'явилися завдяки широкій популярності звичайних серіалів. Використання сценарію, що містить повчальний, романтичний або кримінальний характер, має змогу привернути увагу споживача не одноразово, як звичайний відеоролик, а й з подальшим повторення, або очікуванням виходу нових серій.

Брендovanі комікси. Комікси завжди були популярними як серед дітей, так і серед дорослих. Головною перевагою даного контенту є значне охоплення аудиторії. В даному випадку, комікси є поєднанням інфографіки та Storytelling.

Відеоконтент. Перевага полягає у доступності відеоконтенту на всіх мобільних пристроях та гаджетах, не кажучи, про звичайні персональні комп'ютери. Компанії-гіганти цілеспрямовано витрачали чималі кошти на формування відео-контенту на власних сайтах протягом 2014 року.

Усі перераховані тренди взаємопов'язані, тому компаніям рекомендовано працювати відразу над декількома з них у комплексі. Потрібно пам'ятати, що головним модним диктатором всіх часів і сайтів був і буде користувач, тому в першу чергу on-line бізнес повинен орієнтуватися на його смаки, бажання та уподобання.

1. Kathleen Booth. How Much Should Your Company Invest In Digital Marketing? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.business2community.com/digital-marketing/much-company-invest-digital-marketing-01022338>

Ілляшенко Н.С.
Сумський державний університет

ОСНОВНІ ФУНКЦІЙ ДОДАТКОВИХ ЕЛЕМЕНТІВ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ ПОСЛУГ

Комплекс маркетингу послуг на відміну від маркетингу матеріальних товарів складається з 7 елементів, а саме: товарна, цінова, комунікаційна та збутова політики, фізичне оточення послуг, люди в системі управління послугами та процес надання послуг. Розглянемо більш детально, які саме функції і особливості притаманні трьом останнім складовим, що і формують особливість комплексу маркетингу послуг.

Процес надання послуг. До основних функцій даного елементу комплексу маркетингу послуг відносяться:

1. Аналіз та врахування факторів, що впливають на процес надання послуг.

2. Вибір методу/методів розробки та аналізу процесу взаємодії покупця та споживача. До основних з них належать: діаграмне проектування; точки дотику; споживчий сценарій; реінжиніринг.

3. Вибір моделі процесу надання послуг та врівноваження попиту і пропозиції.

4. Визначення технологій надання послуг.

Люди в процесі надання послуг. До головних функцій даного елементу відносяться:

1. Формування та управління поведінкою споживачів (зовнішній маркетинг). В процесі надання послуг головним є безпосередня взаємодія з клієнтами, яка має на увазі наступне: а) управління ключовими контактами; б) залучення клієнтів до процесу виробництва послуг; в) навчання споживачів обслуговуючим персоналом; г) робота з неадекватними споживачами.

2. Проведення внутрішнього маркетингу, що передбачає: а) введення культури обслуговування; б) розвиток маркетингового підходу до управління кадрами; в) поширення маркетингової інформації серед службовців; г) введення системи заохочення та нагородження; д) аудит внутрішнього маркетингу.

Фізичне оточення послуг. Головною функцією цієї складової є демонстрація якості послуг за допомогою фізичних свідчень та презентацій, до яких відносяться: зовнішній та внутрішній вигляд приміщення; зовнішній вигляд та поведінка персоналу; сировина, матеріали, комплектуючі та готові товари, які застосовують для надання послуг; засоби індивідуалізації; гарантія.

Ілляшенко С.М.

Сумський державний університет/

Wyższa Szkoła Ekonomiczno-Humanistyczna w Bielsku-Białej

ЗАВДАННЯ МАРКЕТИНГУ У НАУКОВО-ОСВІТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ВНЗ

В останні роки спостерігається різке загострення конкуренції на вітчизняному ринку науково-освітніх послуг, що спричинено: політикою МОН спрямованою на різке зменшення кількості ВНЗ та підвищення формальних вимог до абітурієнтів, зокрема, через відміну дій сертифікатів ЗНО минулих років; зменшенням кількості потенційних абітурієнтів внаслідок спаду народжуваності у недалекому минулому спадна хвиля якої докотилась до ВНЗ, а також