

МАРКЕТИНГОВІ ІГРИ ЯК ЗАСІБ ПРИВЕРТАННЯ УВАГИ СПОЖИВАЧІВ

Ткаченко О.А., гр. МР-39

Науковий керівник – ст. викл. **Кривошеєва Н.М.**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Застосування мережевих інновацій у маркетинговій діяльності підприємств є одним із головних складових їх розвитку, оскільки з кожним днем глобальна мережа зміцнює свої позиції та стає все більш привабливішим, дешевшим і надійнішим інструментом рекламних кампаній.

Кожне підприємство намагається збільшити до максимуму свою присутність у всіх каналах комунікації. Але з часом увага споживачів зменшується через так званий ефект «інфляції уваги», адже людина за певний період часу в змозі спожити обмежену кількість інформації. Тому через деякий час звичайні рекламні ролики та друковану рекламу споживач просто ігнорує.

Для того ж, щоб споживач отримував задоволення, а не роздратовувався, необхідно шукати нестандартні форми привернення та утримання уваги споживача. І одним з новітніх способів привернення уваги не тільки до продукту, а і до бренду взагалі, є так звані маркетингові ігрові комунікації (добровільна участь людини у процесі здійснення мотивованих дій з контрольованим результатом).

Фактично, маркетингові ігрові комунікації – це спосіб використання ігор та конкурсів для просування певної продукції чи бренду. Усі ми стикалися з проявами цього явища: це і збирання кришечок та штрих-кодів задля отримання подарунка, це брендovanі ігри в Інтернеті та навіть продакт-плейсмент у популярних комп'ютерних іграх, таких як Sims.

Загалом, існує два основних напрямки маркетингових ігор:

– In-game advertising, тобто реклама в іграх. Це окремий вид реклами, що «вбудовує» певний товар чи бренд у вже існуючу гру чи ту, що тільки створюється.

– Advergaming, тобто створення промо-ігр. Під цим поняттям розуміють створення самостійної гри, що присвячена певному товару чи торгівій марці.

Отже, можна з впевненістю сказати, що з кожним роком з'являється все більше способів привернути увагу та зацікавити споживача, водночас, не роздратовуючи його настирливою прямою рекламою.