

ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ТА ЙОГО ОСНОВНІ ТРЕНДИ В ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Червоний В.М., канд. техн. наук, доц.

Вікулова Д.Р., магістрант

Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна,
м. Харків, Україна

Інноваційний маркетинг заснований на прагненні компанії постійно виробляти високоякісну, удосконалену продукцію, використовуючи нові методи залучення покупців. Такий маркетинг ґрунтується на використанні творчих ідей щодо створення продуктів, послуг та технологічних розробок. Інноваційний маркетинг завжди передбачає зміни в самому продукті, а також в інструментах і механізмах, використовуваних залучення потенційних клієнтів.

Тільки завдяки новим технологіям компанії можуть рухатися вперед та розробляти сучасні продукти, які не мають аналогів у минулому. Це дозволяє компаніям посісти перше місце на ринку та зрештою максимізувати свою прибуток за рахунок прилучення нових клієнтів та споживачів своїх послуг. Для того щоб належним чином виконувати певну функцію за умов маркетингу, необхідно отримувати достовірну інформацію до і після прийняття рішень (рис.).

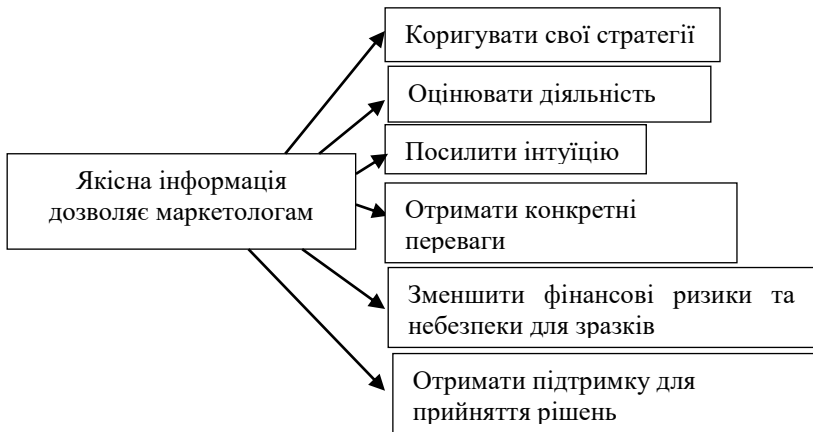


Рис. Переваги якісної інформації маркетологам

Однією з ключових маркетингових тенденцій XXI століття є використання цифрових технологій. Інтернет та соціальні мережі

дозволяють компаніям досягати своєї цільової аудиторії ефективніше та дешевше, ніж традиційна реклама. Завдяки соціальним мережам компанії можуть будувати більш тісні стосунки зі своїми клієнтами, що, в свою чергу, призводить до підвищення лояльності та продажів [1].

Таблиця – Основні тенденції та інновації, що сформували сучасні маркетингові стратегії

Використання віртуальної та доповненої реальності	Віртуальна реальність відкривають перед маркетологами нові можливості для створення захоплюючого досвіду для своїх клієнтів. Маркетологи можуть використовувати ці технології для організації інтерактивних рекламних кампаній та ігор з доповненою реальністю.
Прямі трансляції та контент на основі відео	Відеоконтент стає важливим напрямом маркетингу у соціальних мережах, оскільки він здатний утримувати увагу глядачів довше, ніж статичні пости. Від TikTok до відеороликів у Instagram - маркетологи використовують відеоролики зі шматочками інформації, щоб привернути увагу та підвищити впізнаваність бренду.
Мобільний маркетинг	На сьогоднішній день створює нові можливості для маркетологів все більш широке використання смартфонів та мобільних пристроїв. Розробка мобільних додатків, оптимізація сайтів під мобільні платформи, розсилка повідомлень та реклами через мобільні програми допомагають підтримувати постійну взаємодію зі споживачами та забезпечують миттєвий доступ до інформації про товари та послуги.

Сьогодні інноваційні технології у сфері маркетингу набувають все більшого поширення, і значна кількість компаній зацікавлена у створенні власних ресурсів у глобальній мережі Інтернет. Таким чином, у цій висококонкурентній ринковій ситуації компанії, які успішно впроваджують інноваційні технології, зазвичай мають більше шансів на захоплення ринків і прибуткових сегментів, ніж ті, хто цього не робить.

Список використаних джерел

1. Чухрай Н. І. Маркетинг інновацій / Н. І. Чухрай. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2011. – 256 с.