

Русол І. М.
здобувач вищої освіти, спеціальність 073 «Менеджмент»
Доренська А.О., асистент
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький, Україна

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРОПІДПРИЄМСТВА

Серед типових і дієвих шляхів удосконалення маркетингового управління агропідприємством варто відзначити ключові: вчасний аналіз ринку та споживачів, наявність власної унікальної пропозиції, впізнаваність бренду, оптимальне та ефективне ціноутворення, наявність маркетингової стратегії, застосування технологій просування, комунікація з клієнтами, постійний аутит та вдосконалення.

Початковим етапом, який визначить напрям руху і саму стратегію є саме вивчення ринку та потреб споживачів, визначення основної цільові аудиторії та їхні потреби, переваги та очікування.

На основі даних про конкурентів та ключові запити від споживачів агропідприємство має сформулювати та розробити власну унікальну пропозицію, яка відповідатиме потребам аудиторії.

Але не тільки унікальна пропозиція, а сильний та розвинений бренд має вирізняти її на ринку. Підприємцям слід дбати, щоб бренд був впізнаваним та відображав специфіку та цінності агропідприємства, вирізняючись на ринку.

Встановлення оптимальних цін для продукції, враховуючи якість, конкурентоспроможність та потреби споживачів, дозволить не втрачати цільову аудиторію та закріпитись в своєму ціновому сегменті.

Розуміючи запити цільової аудиторії та ринку в цілому, агропідприємству варто укріпитись та слідувати за маркетинговою стратегією, яка включає в себе використання онлайн-маркетингу, традиційного маркетингу, PR-акцій та інших інструментів для залучення клієнтів.

Окрім залучення, важливим лишається утримання існуючих покупців, та налагодження комунікацій. Створення ефективної системи комунікації зі споживачами, включаючи соціальні мережі, онлайн-чати, опрацювання відгуків та побажання клієнтів мають посилювати довіру до бренда та укріпляти позиції.

Пересвідченням правильності обраної стратегії та ефективності заходів мають стати аналіз маркетингових заходів і внутрішні процеси, виправлення та врахування помилок, оптимізація стратегії та коригування її на основі даних аналізу.

Завжди слід слідувати за ринком та маневрувати між одноосібним позиціонуванням та партнерськими стосунками, щоб підсилити позицію підприємства, його конкурентоспроможність та лояльність аудиторії. Освоєння вимог часу, вивчення знім та трендів, новітніх технологій дозволять тримати підприємству у своїй маркетинговій діяльності руку на пульсі. Вартим уваги є і повсечасне інвестування в персонал та його навчання.

Література:

1.8 трендів маркетингу на 2023 рік // <https://genius.space/lab/8-trendiv-marketingu-na-2023-rik/>