

## **РОЛЬ МАРКЕТИНГА ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ**

**Полежаев Григорий Андреевич**

студент, Липецкий филиал, Российская академия народного хозяйства и государственной службы, РФ, г. Липецк

**Суханов Евгений Васильевич**

научный руководитель, канд. экон. наук, доц., Липецкий филиал, Российская академия народного хозяйства и государственной службы, РФ, г. Липецк

В динамичном и конкурентном мире сегодняшнего дня маркетинг играет критически важную роль для любой организации, стремящейся к успеху. Он вышел далеко за рамки просто рекламы и продвижения, превратившись в комплексную систему, связывающую компанию с ее целевой аудиторией.

Основные задачи современного маркетинга:

- \* Изучение рынка и потребителей: Понимание потребностей, желаний и поведения клиентов является основой для создания востребованных продуктов и услуг. Маркетинговые исследования помогают определить тренды, выявить конкурентов и сегментировать аудиторию для более точного таргетинга.
- \* Формирование бренда и позиционирование: Создание сильного бренда с четким позиционированием на рынке позволяет выделиться среди конкурентов и завоевывать доверие потребителей.
- \* Разработка и продвижение продуктов/услуг: Маркетинг отвечает за разработку продуктовой стратегии, ценообразование, создание маркетинговых материалов и продвижение продукта/услуги через различные каналы.
- \* Построение долгосрочных отношений с клиентами: Удержание существующих клиентов не менее важно, чем привлечение новых. Маркетинг использует различные инструменты для поддержания лояльности, такие как программы лояльности, персонализированные предложения и качественное обслуживание.

Современные реалии и вызовы для маркетинга:

- \* Цифровизация: Интернет и цифровые технологии стали неотъемлемой частью нашей жизни. Маркетинг должен адаптироваться к новым каналам коммуникации и использовать цифровые инструменты для достижения своей аудитории.
- \* Большой объем данных: Сбор и анализ данных о потребителях позволяет создавать более персонализированные и эффективные маркетинговые кампании.
- \* Высокая конкуренция: Насыщенность рынка требует от маркетологов креативности и инновационного подхода, чтобы выделяться на фоне конкурентов.
- \* Изменение потребительских предпочтений: Потребители становятся более требовательными и информированными. Маркетинг должен учитывать эти изменения и предлагать продукты и услуги, соответствующие их ожиданиям.

Преимущества эффективного маркетинга:

- \* Увеличение продаж и прибыли: Грамотный маркетинг способствует росту спроса на продукцию/услуги, что приводит к увеличению продаж и прибыли.
- \* Укрепление бренда: Сильный бренд повышает узнаваемость компании и создает конкурентное преимущество.
- \* Лояльность клиентов: Долгосрочные отношения с клиентами обеспечивают стабильный доход и положительную репутацию.
- \* Эффективное использование ресурсов: Маркетинговые исследования и анализ данных позволяют оптимизировать затраты на продвижение и сосредоточиться на наиболее эффективных каналах коммуникации.

В заключение, маркетинг в современных реалиях – это не просто инструмент продвижения, а стратегический партнер бизнеса, помогающий достичь успеха в конкурентной среде. Он играет ключевую роль в привлечении клиентов, формировании бренда, увеличении продаж и построении долгосрочных отношений с потребителями. Компании, которые инвестируют в развитие маркетинга и адаптируются к изменяющимся реалиям, получают значительные преимущества и обеспечивают себе устойчивое развитие.

#### **Список литературы:**

1. Егоров Ю. Л. Философия управления. — М.: МИЭТ. 2002;
2. Минкина, В. А. Участие службы информации в рекламной деятельности / В. А. Минкина, Н. В. Рудакова // Справочник маркетингового работника / ред. Р. С. Гиляревский, В. А. Минкина. – Санкт-Петербург, 2005. – С. 405– 410.
3. Евгений Воронюк Маркетинг для бизнеса: важен или нет?/ Д. В. Семина. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2023. — № 3 (450).— URL: <https://vc.ru/u/1269761-evgeniy-voronyuk/747371-marketing-dlya-biznesa-vazhen-ili-net> (дата обращения: 24.03.2024).