

# СУЧАСНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ

Вінницький національний технічний університет

## *Анотація*

*Розглянуто основні аспекти комунікаційної стратегії підприємства. Виокремлено основні складові комунікаційної стратегії та сучасні тенденції до їх наповнення.*

**Ключові слова:** маркетинг, маркетингові комунікації, стратегія, комунікаційна стратегія, стратегічний маркетинг, комунікація.

## *Abstracts*

The main aspects of the communication strategy of enterprise are considered. The main components of the communication strategy and current trends in their content are identified.

**Keywords:** marketing, marketing communications, strategy, communication strategy, strategic marketing, communication.

У сучасній економіці комунікації мають важливу роль, адже забезпечують не лише ефективне передавання інформації в межах організації, але й є важливим інструментом для побудови взаєморозуміння з клієнтами, партнерами та іншими зацікавленими сторонами. Ефективна комунікаційна стратегія дозволяє виділитися серед конкурентів, отримати перевагу на ринку завдяки кращому задоволенню потреб цільової аудиторії. Правильно спланована і реалізована маркетингова комунікаційна система може допомогти підвищити конкурентоспроможність компанії, залучити нових клієнтів, збільшити лояльність і задоволеність існуючої аудиторії, а також зміцнити позиції бренду на ринку. Проте успіх такої системи залежить від постійного вдосконалення, адаптації до змін відносно до ринкових тенденцій та потреб аудиторії, а також вміння ефективно реагувати на негативні ситуації і кризи.

Основними науковими джерелами дослідження аспектів комунікаційної стратегії є класичні наукові праці таких вчених, як Сміт П., Беррі К., Пулфорд А., Гриффін Т., Шульц Д. Але світ змінюється доволі динамічно, тому важливо виявити сучасні аспекти маркетингових стратегій, що і є метою дослідження.

Маркетингові комунікаційні стратегії – це набір планів та дій, спрямованих на досягнення мети з використанням ефективних комунікаційних засобів. Це стратегічне планування, яке об'єднує всі маркетингові активності, спрямовані на залучення уваги, збільшення розпізнаваності бренду та сприяння продажам. Маркетингові комунікаційні стратегії мають велике значення для будь-якої компанії, оскільки вони допомагають встановити та зберегти взаємозв'язок з цільовою аудиторією, забезпечують спілкування із клієнтами та забезпечують їхнє відчуття важливості і підтримки. Добре спланована маркетингова комунікаційна стратегія дозволяє досягти успіху на ринку і збільшити конкурентний потенціал компанії. Успішне використання маркетингових комунікаційних стратегій вимагає ретельного дослідження ринку, аналізу поведінки споживачів та вивчення конкурентного середовища. Компанії повинні бути гнучкими і адаптуватися до змін у споживчому попиті та тенденціях ринку [1].

Маркетингові комунікаційні стратегії можуть включати рекламні кампанії, відносини з громадськістю, прямий маркетинг, просування через соціальні медіа та багато іншого. Вони повинні бути належним чином координовані для забезпечення єдиної та послідовної комунікації з цільовою аудиторією.

Маркетингові комунікаційні стратегії також можуть включати використання різних каналів та платформ для досягнення максимальної ефективності і проникнення на ринок. Окрім того, вони можуть враховувати географічні, культурні та соціальні особливості різних регіонів та аудиторій. Всі ці аспекти мають значення при розробці та впровадженні маркетингових комунікаційних стратегій. Загалом, успішна маркетингова комунікаційна стратегія вимагає цілеспрямованості, креативності, аналітичних навичок та розуміння потреб та очікувань цільової аудиторії. Вона створює перевагу для компанії на ринку та сприяє її розвитку та зростанню.

Одним з ключових аспектів визначення цілей маркетингової комунікації це визначення загального напрямку комунікаційної стратегії, розуміння потреб цільової аудиторії. Для цього необхідно ідентифікувати демографію характеристики цільової аудиторії, її інтереси та поведінкову реакцію на комунікаційні сигнали. Важливим є і вибір правильних каналів для передачі повідомлень, що є своєрідним

ключем до ефективної комунікаційної системи. Таким каналами є веб-сайти, соціальні мережі, прес-релізи, рекламні кампанії, електронна пошта та інші. Але щоб це було ефективно працювало потрібно правильно підібрати текст, графіку, відео, аудіо та будь-які інші елементи, які передають інформацію. Наявність контексту і знання культури допомагає уникнути непорозумінь та конфліктів в процесі комунікації. Тобто, розуміння культурних нюансів дозволяє належним чином налаштувати зміст та тон повідомлень.

Врахування можливих ризиків і розробка стратегій кризової комунікації є важливими елементами комунікаційної системи., яка допоможе підтримувати готовність до вирішення негативних ситуацій сприяє збереженню репутації та довіри аудиторії [2].

Отже, сучасними аспектами комунікаційної стратегії є:

1. Забезпечення зв'язку: Основною метою є забезпечення безперешкодного зв'язку між різними відділами та рівнями управління в організації. Це дозволяє координувати дії, обмінюватися ідеями та інформацією, що сприяють ефективній роботі підприємства;
2. Побудова взаєморозуміння: Комунікаційна стратегія допомагає створити взаєморозуміння між співробітниками та зацікавленими особами, що веде до покращення співпраці та вирішення всіх проблем;
3. Підтримка цілей організації: Метою комунікаційної стратегії є ефективне розповсюдження інформації та мобілізація ресурсів;
4. Збільшення продуктивності: Ефективна комунікація сприяє підвищенню продуктивності, так як вона дозволяє запобігти зайвим запитів на уточнення, непорозуміння та помилок;
5. Підвищення задоволеності клієнтів: Ефективна комунікація спрямована на покращення відносин з клієнтами шляхом обміну інформацією та відповідній підтримці клієнтів.

Отже, маркетингові комунікаційні системи є необхідним елементом успішної маркетингової стратегії, що дозволяє компаніям ефективно взаємодіяти зі своєю аудиторією та досягати стратегічних цілей у конкурентному середовищі.

Ключові елементи маркетингових комунікаційних систем включають в себе визначення комунікаційної мети, аналіз цільової аудиторії, використання різноманітних каналів комунікації, створення якісного та релевантного змісту, зворотний зв'язок та оцінку результатів. Ці аспекти дозволяють компаніям ефективно спілкуватися зі своєю аудиторією, залучати нових клієнтів, зміцнювати лояльність та підтримувати конкурентоспроможність.

Проте важливо пам'ятати, що успіх маркетингових комунікаційних систем вимагає постійного вдосконалення та адаптації до змін у вимогах ринку та поведінці аудиторії. Лише ті компанії, які активно працюють над удосконаленням своїх комунікаційних стратегій та швидко реагують на зміни відносно до внутрішнього та зовнішнього середовища, можуть досягти успіху в сучасному бізнесі.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Попова Н. В. Маркетингові комунікації / Н. В. Попова, А. В. Катаєв, Л. В. Базалієва. – Харків, 2020.
2. Хмарська І. А. Інноваційні тренди на ринку маркетингових комунікацій та їх вплив на діяльність підприємств легкої промисловості України. Вісник Миколаївського національного університету. 2018. №21. С. 434-441.

**Головаченко Ірина Миколаївна** – студентка групи Мр-206, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: [iryuka6598@gmail.com](mailto:iryuka6598@gmail.com)

Науковий керівник – **Штовба Олена Валеріївна**, доцент, канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: [olenashtovba@vntu.edu.ua](mailto:olenashtovba@vntu.edu.ua)

**Holovachenko Iryna** – student, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: [iryuka6598@gmail.com](mailto:iryuka6598@gmail.com)

Scientific supervisor – **Shtovba Olena**, Docent, PhD, Associate Professor on Management, Economics, and Marketing Departme, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: [olenashtovba@vntu.edu.ua](mailto:olenashtovba@vntu.edu.ua)