

## МАРКЕТИНГОВІ ІННОВАЦІЇ ПРОВІДНИХ БРЕНДІВ СВІТУ

Студ. Поліщук Л.В.

Наук. керівник доц. Пономаренко І.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

В сучасних умовах інноваційна діяльність є ключовим фактором підвищення ефективності функціонування будь-якої компанії. Динамічні зміни у світовій економічній системі та на ринках окремих країн у поєднанні з невизначеністю несуть певні ризики для діяльності окремих компаній. Зазначені обставини змушують суб'єкти підприємницької діяльності розробляти багатоваріантні стратегії розвитку, що включають змодельовані напрями запровадження інновацій. Передові компанії світу засновують свій успіх на тому, що «нововведення неминучі та керовані, а управління нововведеннями – це ключ до підтримки високого рівня ефективності».

Зазначені підходи широко використовуються й у сфері маркетингу. Велика кількість маркетологів завжди експериментує, досліджуючи останні тенденції та аналізуючи інноваційні інструменти, які дозволяють підвищити ефективність впливу на потенційних споживачів товарів та послуг їх брендів. Одним з найкращих способів пошуку дієвих інноваційних маркетингових методів є дослідження вдалого досвіду передових компаній світу.

В умовах сьогодення є компанії, які знаючи про шалений попит свого бренду, продовжують застосовувати маркетингові інновації. Деякі з них з використовують нові технології, а деякі просто експлуатують тематику старих цінностей, адаптуючи їх до вимог та уявлень сучасних споживачів. Розглянемо більш детально приклади окремих маркетингових інновацій деяких світових брендів.

Denny's – Не будьте занадто серйозні. Блог компанії (Tumblr blog) є скупченням великої кількості інформації, починаючи з наукової і закінчуючи дуже дивною, проте усі дані орієнтовані на тісний контакт бренду зі споживачами. Denny's, очевидно, знає примхи своєї аудиторії і наповнює контент, який дійсно відповідає їх спільним інтересам (зокрема, мова йде про Instagram).

Rolex – Оновлення класики. Rolex є одним з тих брендів, який здатний існувати століття без зміни, оскільки його образ будується на надійності і нестаріючій класиці. Проте існуючий стереотип створює певні проблеми компанії: як можна створити сучасну інноваційну маркетингову стратегію для класичного бренду? Виробляючи свою продукцію багатих соціальних верств населення, Rolex не переходить межу від якості до кількості. Компанія забезпечує високий попит на власну продукцію, акцентуючи увагу споживачів саме на якості, яка дозволяє задовольнити потреби сучасних споживачів.

Nike – Запровадження високоякісного обслуговування клієнтів через соціальні мережі. Компанія дуже швидко реагує на потреби споживачів і з повагою відноситься до корисних порад та пропозицій.

Coca-Cola – Створити універсальний і особистий досвід одночасно. Coca-Cola є одним з найвідоміших брендів у світі. Це почуття першого ковтка холодної кока-коли в спекотний день є універсальним. У своїй кампанії Share-a-Coke корпорації вдалося змусити переважну більшість споживачів відчувати себе особливими і унікальними.

Таким чином, за допомогою наведених прикладів можна зробити висновок про великий внесок світових компаній у розвиток інноваційного маркетингу шляхом запровадженні передових ідей. Успіх зазначених компаній полягає у поєднанні інновацій, які були впроваджені у маркетинг, з сучасними уявленнями та потребами різних категорій споживачів.