

## КРЕАТИВНИЙ МАРКЕТИНГ

Студ. Литвиненко В.О.

Наук. керівник к.т.н., доц. Хоменко О.І.

Київський національний університет технологій та дизайну

Креативний маркетинг є видом маркетингу, який застосовують в умовах прихованого попиту, а його завданням є перетворення потенційного попиту на реальний – створення нових товарів та використання наявних товарів в нових сферах застосування.

Креативний процес в маркетингу – як процес безперервного вдосконалення, розробки маркетингових ідей, методів і способів дослідження, формування нестандартних маркетингових рішень – передбачає кілька етапів:

- виявлення проблем у маркетинговій діяльності фірми;
- постановка маркетингових завдань для розв'язання проблем, формування креативного завдання;
- створення різних варіантів досягнення маркетингових завдань та вибір з них найкращого;
- втілення, реалізація прийнятих креативних рішень;
- оцінка і контроль ефективності прийнятих креативних рішень.

Коли мова йде про ціну, то креативні рішення проявляються в пошуку вдалого балансу між корпоративною політикою, орієнтацією на ціни конкретної категорії товару, націленістю на бажану цільову групу та позицією товару на ринку.

Управління персоналом неможливо без креативних рішень, які проявляються в поєднанні різних вимог, виборі засобів контролю ефективності підходів до підготовки і мотивації персоналу.

Креативні рішення завжди були невід'ємною характеристикою і головною складовою успішності при розробці стратегій і тактик ринкової діяльності, рекламних ідей фірм і повідомлень для реклами в ЗМІ, паблік рілейшнз, сейлз промоушн, дірект маркетингу.

Вимагаючи від людей творчих підходів до маркетингу і підтримуючи креативних співробітників і їх ідеї, бізнес-лідери та інноватори маркетингу можуть досягти реактивного зростання свого бізнесу та значно підвищити конкурентоспроможність товарів.

Важливість творчої ідеї неможливо заперечувати – саме від неї залежить, чи почує споживач сутність рекламного повідомлення. Ідея має низку характеристик, властивостей, що ніколи не можна обійти увагою. Креативна ідея народжується у процесі мислення та набуває певної форми. Головне – вона закликає творити, а не копіювати вже існуючі ідеї.

Отже, в умовах сучасного ринку, які характеризуються загостренням конкурентної боротьби, постійно потрібні нові ідеї. Нові ринкові ніші відкриваються інноваційними ідеями. Нові види продукції, нові способи продажів, нові методи маркетингу, нові знання, нові ідеї в рекламі, просуванні та комунікації – все це відрізняє успішні компанії від аутсайдерів.

Креативний маркетинг є привабливим для підприємств, які досі практикували лише традиційний маркетинг. Традиційні підходи до маркетингу часто не працюють, особливо, коли потрібно знайти нову нішу на ринку та поліпшити конкурентні позиції.

Креативний маркетинг є особливо доцільним для невеликих підприємств, що діють на ринках товарів масового споживання або обслуговування і відчувають тиск з боку конкуруючих брендів.