

УДК 339

*Пономаренко І.В., к.е.н, доцент
Майорова Д.В., бакалавр
Київський національний університет технологій та дизайну*

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ЗАЛУЧЕННЯ МОЛОДОЇ АУДИТОРІЇ

Аналіз актуальності дослідження маркетингових стратегій для залучення молоді аудиторії є важливим завданням, оскільки молода аудиторія визначається як одна з найбільш впливових сегментів споживачів. Молоді люди мають значний потенціал покупки та впливу на ринкові тенденції, тому розуміння їхніх потреб та уподобань є критично важливим для бізнесу.

Це питання продовжують досліджувати такі науковці, як Кетрін Ейхел (спеціалізується на маркетингу серед молоді та студентів), Кетрін Шефер (її дослідження фокусуються на залученні молоді аудиторії, особливо з використанням цифрових медіа та соціальних мереж). Крім того, вагомий вклад в розвиток цієї теми зробили вітчизняні дослідники Ірина Поліщук, Олексій Шевченко, Наталія Власенко, Ірина Варзар. Це лише кілька прикладів науковців, які активно працюють над вивченням маркетингових стратегій для залучення молоді аудиторії.

Ось кілька ключових аспектів, які підтверджують актуальність дослідження маркетингових стратегій для залучення молоді аудиторії:

- Потужний ринковий сегмент.
- Зміна споживацьких звичок.
- Конкуренція на ринку.

Молодь має широкий доступ до різних каналів комунікації, таких як соціальні медіа, стрімінгові платформи, блоги та власні сайти. Це вимагає від маркетологів розуміння цих каналів та використання їх відповідно до стратегії залучення молоді аудиторії.

Вивчення маркетингових стратегій по залученню молоді до цільової аудиторії має декілька важливих цілей та переваг: потенційні можливості ринку, конкурентна перевага, розуміння цифрового середовища, майбутній ріст, інноваційність, творчість, соціальна відповідальність.

Молода аудиторія є великим та впливовим сегментом ринку. Вивчення їхніх потреб, уподобань та споживчої поведінки допомагає виявити нові можливості для бізнесу, розробити продукти або послуги, які задовольняють їхні потреби та привертають їхню увагу. На сьогоднішній день юна аудиторія має великий потенціал для майбутнього росту, якщо бізнес успішно привертає та утримує їх, це може стати фундаментом для стабільного розвитку та розширення клієнтської бази в майбутньому.

Узагальнюючи, дослідження маркетингових стратегій для залучення молоді аудиторії є актуальним завданням, оскільки цей сегмент споживачів має великий потенціал і вплив на ринок. Розуміння їхніх потреб, споживчої поведінки та використання нових каналів комунікації допоможе бізнесу ефективно привертати та утримувати цю аудиторію. Вивчення маркетингових стратегій для залучення молоді аудиторії дозволяє бізнесу більш ефективно спілкуватися з цільовою групою, розробляти продукти та послуги, які відповідають їхнім потребам, а також побудувати довгострокові відносини, що сприяють росту та успіху підприємства.

Отже, аналіз та виокремлення ефективних маркетингових стратегій, спрямованих на молодих споживачів, є критично важливим для збереження конкурентоспроможності.

Література

1. Реклама та просування: Інтегрована перспектива маркетингових комунікацій. Видавничий дім "Київський університет". Бельч, Г., Бельч, М. (2016).
2. Маркетингові комунікації. Київський університет. Єванс, Д., Мавондо, Ф. (2019).