

УДК 339.138

## МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ

А. И. АВЧИННИКОВА, А. Е. ИСАКОВА  
Научный руководитель С. А. АЛЕКСАНДРОВА  
Белорусско-Российский университет  
Могилев, Беларусь

Эффективность развития транспортной отрасли зависит от способности отдельных фирм успешно формировать и реализовывать свою маркетинговую стратегию. Применительно к практике применения маркетинга в управлении транспортным бизнесом было выделено два наиболее актуальных и востребованных направления:

1) с позиции изучения рынка, спроса, потребителей, ориентации своей деятельности на эти требования, адресность услуг;

2) с точки зрения активного воздействия на существующий рынок и существующий спрос, на формирование потребностей и покупательских предпочтений – сбытовая и коммуникационная функции маркетинга, направленные на продвижение транспортных услуг от продавца к потребителю.

Оба направления, как правило, активно реализуются частными компаниями-лидерами транспортного рынка, но часто не рассматриваются как приоритетные крупными государственными перевозчиками, что и определило проблематику исследования.

Для сохранения и укрепления своих позиций в транспортной компании должна решаться постоянная задача информирования потенциальных клиентов и убеждения их в целесообразности приобретения услуг. Это возможно посредством комплекса средств коммуникации, из которых особое место занимает реклама.

Эффективная рекламная деятельность на транспорте должна включать не только стандартные действия по выбору рекламных средств, определению содержания и периодичности рекламы, но и проведение регулярного анализа эффективности рекламных кампаний и адаптацию рекламных материалов под современные тренды и темы.

На современном рынке большое значение имеют инструменты интернет-маркетинга – разработка и продвижение сайта, мобильных приложений, поисковая оптимизация, контекстная реклама, таргетинг, ретаргетинг, контент-маркетинг, SMM. Как показало исследование, именно в этом направлении государственные перевозчики существенно проигрывают частным. Для получения максимально возможного эффекта средства интернет-маркетинга необходимо использовать комплексно в соответствии с общей бизнес-стратегией и частными маркетинговыми стратегиями бизнеса.

В итоге хорошо продуманная и качественная работа по продвижению своих услуг на транспортном предприятии способна привлечь новых и удержать имеющихся клиентов и значительно повысить привлекательность компании.