

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В ДОСЯГНЕННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТОРГОВЕЛЬНИХ КОМПАНІЙ

*Скоромний І.Є., здобувач вищої освіти,
epp123siy@stud.khadi.kharkov.ua*

*Науковий керівник: Деділова Т.В., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній
університет*

Маркетинговий потенціал торговельної компанії визначається як сукупність ресурсів, знань, компетенцій і можливостей, які компанія може використовувати для досягнення своїх маркетингових цілей і задач. Це поняття охоплює всі аспекти, пов'язані з розвитком та використанням маркетингових стратегій та інструментів для просування продукції чи послуги, залучення споживачів та забезпечення успішності на ринку [1].

Маркетинговий потенціал є важливою складовою конкурентоспроможності будь-якої торговельної компанії. В умовах зростаючої конкуренції та швидкого розвитку ринку, ефективний маркетинг відіграє ключову роль у досягненні конкурентних переваг та успіху підприємства. Далі розглянемо роль маркетингового потенціалу у досягненні конкурентної переваги торговельних компаній.

Розвиток бренду і іміджу. Маркетинговий потенціал дозволяє компанії побудувати сильний бренд і позитивний імідж, що створює довіру серед споживачів і підвищує їх вірогідність вибору продукції чи послуг компанії.

Розробка і впровадження стратегії маркетингу. Маркетинговий потенціал допомагає розробити та впровадити ефективну стратегію маркетингу, яка враховує особливості ринку, цільову аудиторію та конкурентне середовище.

Аналіз ринкових даних. За допомогою маркетингового потенціалу компанія може здійснювати аналіз ринкових даних, включаючи попит, конкуренцію та поведінку споживачів. Ця інформація дозволяє адаптувати продукцію та маркетингові стратегії під потреби ринку.

Розвиток інноваційних рішень. Маркетинговий потенціал сприяє розробці та впровадженню інноваційних рішень, які можуть відзначити компанію на ринку та забезпечити перевагу перед конкурентами.

Залучення нових клієнтів та збереження існуючих. Маркетинговий потенціал дозволяє привертати нових клієнтів та зберігати існуючих, шляхом розробки привабливих маркетингових кампаній та програм лояльності.

Ефективна комунікація зі споживачами. Використовуючи маркетинговий потенціал, компанія може ефективно спілкуватися зі споживачами, виробляти рекламні кампанії та публічні відносини, що покращує сприйняття бренду.

Диференціація продукції та послуг. Маркетинговий потенціал дозволяє компанії виділятися на ринку, розвиваючи унікальні пропозиції та рішення, які привертають споживачів.

Вивчення конкурентів. Маркетинговий потенціал допомагає вивчати конкурентів, їх стратегії та слабкі сторони, що дозволяє розробляти власні конкурентні переваги.

Аналіз результатів маркетингових кампаній. Маркетинговий потенціал дозволяє компанії аналізувати результати своїх маркетингових кампаній і коригувати стратегію відповідно до отриманих даних.

Постійне удосконалення. Маркетинговий потенціал вимагає постійного вдосконалення та адаптації стратегій під мінливі умови ринку, що допомагає компанії залишатися конкурентоздатною та активною на ринку.

Завдяки вищевказаним факторам, маркетинговий потенціал грає вирішальну роль у досягненні конкурентних переваг торговельних компаній. Ті компанії, які ефективно використовують свій маркетинговий потенціал, здатні не лише привертати клієнтів, але і підтримувати стабільний рівень свого бізнесу в умовах зростаючої конкуренції та змін на ринку.

Таким чином, маркетинговий потенціал торговельної компанії є важливим активом, який допомагає створити конкурентні переваги та досягти успіху на ринку. Ефективне використання цього потенціалу дозволяє компанії залучати клієнтів, розширювати свою аудиторію та досягати більш високих продажів та прибутку.

Література.

1. Поліщук І. І., Гудима Н. В. Маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Випуск 20. С. 514-517. URL: <http://global-national.in.ua/archive/20-2017/105.pdf> (дата звернення: 19.10.2023).