

ШАҒЫН БИЗНЕСТІҢ МАРКЕТИНГТІК СТРАТЕГИЯЛАРЫ

Шағын бизнес бәсекелестіктен озғысы келсе, ерекше маркетингтік стратегияларды ойлап табуы керек. Өнімді немесе қызметті ілгерілетудің әдеттегі әдістері өзектілігін жоғалтпағанымен, оларды тыңдаушыларға жету үшін жаңа стратегиялармен бірге қолдануға тырысу керек. Мысалы, сіздің өнімдеріңізді немесе қызметтеріңізді ұсынатын іс-шараға әлеуетті клиенттерді шақыру - бұл сіздің бизнесіңізге жақсы сөз таратудың дәстүрлі тәсілі. Сіз тек осындай іс-шараларды ұйымдастыра отырып, тұтынушыларды жеңе алмайсыз, өйткені қазіргі адамдар бос емес және олармен сауда жасау үшін барлық жерден іздеу керек. Осылайша, тек бірнеше емес, ескі және жаңа маркетинг тактикаларын қолдануға болады. Сіздің маркетингтік жоспарларыңыздың басты мақсаты - сіздің жолыңыз бен олардың адалдығына қол жеткізу. Клиенттеріңіздің білімін, әлеуметтік және қаржылық жағдайын зерттеңіз, сіз оларға жақсы дайын болуыңыз керек. Ең бастысы, сіз өзіңіздің әлеуетті клиенттеріңіздің интернетте қай жерде екенін дәл білуіңіз керек. Кәсіпті мақсатты аудиторияға жеткізу үшін сізді осы әлеуметтік арналарға бағыттайды.[1].

Сонымен қатар, сіз өзіңіздің шағын бизнесіңізге арналған веб-сайттардың дизайнын және дизайнын көрсете аласыз деп ойлаймыз. Сіздің бизнесіңіз туралы тиісті ақпараты бар әсерлі веб-сайт дизайны сіздің бизнесіңізді жүргізу үшін өте қажет. Сіздің шағын бизнесіңіздің ең қуатты маркетингтік стратегияларының бірі - Google My Business-ті өзіңіздің пайдаңызға пайдалану. Сіздің бизнес-листингіңіз GMB-де жарнамаланады. Жергілікті нарыққа бағытталған бизнес үшін бұл платформа қуатты маркетингтік орта болып табылады. Тізім іздеу нәтижелерінің алдында іздеу парағының жоғарғы жартысында пайда болады. Сонымен, шағын бизнесіңіздің тізімін жасап көріңіз. Егер сіздің маркетингтік топ сіздің бизнес тізімдеріңізді алғашқы 3 тізімге енгізе алса, сіз көп трафик аласыз, бұл сізге жарнамаға көп ақша жұмсамай-ақ үлкен бизнес әкелуі мүмкін. Google My Business - бұл барлық басқа маркетингтік құралдарды байланыстыратын платформа. GMB - бұл сіздің әлеуетті клиенттеріңіз сіздің шағын бизнесіңіз туралы жиі ескертуді қамтамасыз ететін сенімді әдіс. Сонымен қатар, GMB тізімін өсіру үшін көп жұмыс істеудің қажеті жоқ. Сізге тек профиліңізді оңтайландыру керек. Содан кейін, сіздің компанияңыз үшін шағын бизнес шолулар мен ұсыныстар алыңыз. Google электрондық коммерциясы, бизнес, аудитория, интернет-маркетинг, жарнама, әлеуметтік медиа, стратегия, шағын бизнес, бизнес кеңестері ең танымал іздеу жүйелерінің бірі. Әлеуметтік желіні алға жылжыту. Сіз сондай-ақ блогқа жаңалықтар орналастыра аласыз: марапаттар туралы хабарландыру немесе ірі жобаның аяқталуы туралы. Блог жүргізу сіздің қол жетімділікті кеңейту үшін өте пайдалы. Сіздің сайтыңыздың осы бөлімінде сіз кеңес алу үшін әлеуетті клиенттер мен жанкүйерлерге өз салаңыздың білгірі екеніңізді көрсетуіңіз керек. Нарықты бағалап, біраз зерттеулер жасаңыз. Сіз қай жерде деңгейіңізді көтеруге болатындығын немесе жаңа бизнес ағындарына ауыса алатындығыңызды білу үшін нарықты зерттеңіз. Кәсіптің жабылуы мен тұтынушының жаңа талаптары мен әдеттері арасында жаңа өнімді немесе қызметті шығаруға мүмкіндіктер болуы мүмкін, пандемия шағын бизнес экономикасын өте үлкен түрде бұзғанымен, биылғы көптеген өзгерістер COVID-19-ға дейін болған еді. Электрондық сауданы қолдайтын тұтынушылар мен сандық трансформацияға сүйенетін бизнес сияқты үлкен тенденциялар қазіргі денсаулық жағдайын тездетеді, бірақ қауіпсіз болғаннан кейін олардың өзгеруі екіталай. Басқа брендтермен серіктестік. Шағын бизнес басқа кәсіпорындармен ынтымақтастық арқылы көптеген адамдарға қол жеткізе алады. Бұл сіздің өнімдеріңізді немесе қызметтеріңізді маркетингтің тиімді әдісі, өйткені сіз басқа кәсіпорындардың тұтынушыларын өз өнімдеріңізді жылжыту үшін пайдаланасыз. Вебинарларды зерттеңіз. Маркетинг сарапшылары вебинарларды клиенттерді бизнеске тартудың әлеуетті стратегиясы ретінде қарастырады. Вебинар - бұл онлайн режимінде демонстрация, талқылау және презентация сияқты әртүрлі формада өткізілетін семинар. Вебинарлық маркетинг - бұл сіздің шағын бизнесіңізді тұрақты түрде ілгерілетудің тамаша тәсілі. [2].

Электрондық пошта арқылы маркетинг. Электрондық поштаның маркетингі - тұтынушыларды тауардың немесе қызметтің құндылығына сендірудің уақыт талабы. Есіңізде болсын, көптеген адамдар сатып алу туралы шешім қабылдағанға дейін көбірек ақпарат пен сенімділікті қалайды. Өзіңіздің әлеуетті клиенттеріңіздің электрондық пошта мекен-жайларын жинау үшін сіз оларға қызықтыратын нәрсе ұсынасыз, мысалы, тегін жүктеу, вебинар «орналасуы», купон, ақысыз сынақ және т.б. Адам сіздің тегін ұсыныстарыңызға жазылса, сіз электрондық пошта тізіміне басқа мүше қосасыз. Тікелей пошта маркетингі - бұл бизнесті ілгерілетудің кең таралған тәсілі. Көптеген шағын

кәсіпкерліктер оны әлі күнге дейін тиімді пайдаланады. Онлайн-арналардың мазмұны өте көп болғандықтан, адамдар оны басқаша жасағысы келеді. Алушыларыңыздың назарын аудару үшін сізге тікелей поштаңызды тартымды ету керек. Көзді еліктіретін конверттің дизайнын жасаудан бастаңыз және оны адамдардың қызығушылығын қанағаттандыру үшін ашуға көлемді етіп жасаңыз. Конверттің ерекше формаларын жасау, тартымды түстерді пайдалану, конвертті назар аудару үшін біртекті етіп жасау сияқты барлық амалдарды қолданыңыз. Жақсы нәтижеге жету үшін конверттің ішіндегі хаттың әсерлі мазмұны бар екеніне көз жеткізіңіз. Қорытындылай келе, бұл маркетингтік идеялар сіздің өнімдеріңізді немесе қызметтеріңізді мақсатты тұтынушыларға жылжытуға көмектесетіні сөзсіз. Осы стратегиялардан пайда табу үшін сіз уақыт пен ақшаны арнауыңыз керек. Маркетинг бизнестегі ең маңызды қызмет, өйткені ол кірістілік пен сатуға тікелей әсер етеді [3]. Кәсіптің маркетинг бөлімі олардың жоспарларын тексеру үшін операциялармен, ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстармен, қаржы және адам ресурстарымен тығыз байланыста жұмыс істеуі керек.

Әдебиеттер

1. Багиев Г. Л. 2013 Қазіргі экономиканың мәселелері 3 (47) б. 258–60 б.
2. Электронды ресурсы: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9322>.
3. Электронды ресурсы: <https://www.retail-loyalty.org/news/oborot-roznicnoy-torgovli-v-2018-ozhidayut-sopostavimym-s-proshlogodnim>.

Әлібек М. Ғ., 2 курс (академик Е. А. Бөкетов атындағы ҚарУ)
Ғылыми жетекші – э.ғ.к, қауымдастырылған профессор Мамраева Д.Г.

САУДАНЫҢ ЦИФРЛЫҚ ТРАНСФОРМАЦИЯСЫ, МӘСЕЛелЕРІ МЕН БОЛАШАҒЫ, МАРКЕТИНГ ҚЫЗМЕТІ

Қатаң бәсекелестік жағдайында цифрлық трансформация сауданың және инновация негізгі бағыттарының біріне айналады. Сандық технологиялар сатылымның өсуіне, шығындарды азайтуға, нарықтарға шығуға мүмкіндік береді, клиенттердің қажеттіліктерін тікелей байланыс және үнемі өзара әрекеттесу арқылы тез қанағаттандырады. Мақаланың мақсаты - сауданы трансформациялаудың негізгі бағыттарын анықтау. Осы мақсатқа жету үшін келесі міндеттерді орындау керек болды:

- сауданың цифрлық трансформациясының негізгі тұжырымдамаларын талдау;
 - сандық саладағы сауда кәсіпорындарын дамытудың негізгі мәселелерін тұжырымдау трансформациясы;
 - маркетингтік қызметті инновациялық жетілдірудің перспективалық бағыттарының контуры.
- Сауда-саттықтың цифрлық трансформациясы мәселелерін сипаттайтын негізгі ұғымдардың қарастырайық:

1) Цифрлық экономика - бұл экономикалық қызмет, өндірістің шешуші факторы бұл сандық формадағы мәліметтер. Ескере отырып, ақпараттық кеңістіктің қалыптасуына ықпал етеді азаматтар мен қоғамның жоғары сапалы және сенімді ақпарат алу қажеттіліктерін ескеру, ақпараттық инфрақұрылымды дамыту, әлеуметтік және экономикалық саласында жаңа технологиялық негіздерді құру. Сандық экономиканың негізі - үлкен мәліметтер; жасанды интеллект; интернет заттары, робототехника; мобильді технологиялар; виртуалды және толықтырылған шындықтың технологиялары және т.б. [1].

Сауда-саттықтың цифрлық трансформациясы кәсіпорындардың қызметін қайта құру процесі ретінде қарастырылады, цифрлық технологияларға негізделген басқару әдістері мен формаларын енгізу және қолдану арқылы.

Сонымен қатар, сауда кәсіпорындарын басқару стилінде, ойлауда, инновацияны ынталандыру және сандық бизнес модельдері мен технологияларын қабылдау қамтамасыз етеді ұйымның клиенттері, жеткізушілері, серіктестері мен қызметкерлері арасындағы өзара іс-қимылдың жақсаруы. Сандық сауданы трансформациялаудың негізгі бағыттары тұтынушылардың мінез-құлқындағы түбегейлі өзгерістер сауданың цифрлық трансформациясы негізінде жатыр.

Сандық технологиялар сатып алушыларды ақпараттық процестердің орталығына орналастырды. Брендтер жеке қажеттіліктерді, жедел қанағаттандыруды, тауарлардың кез-келген уақытта және кез-келген уақытта қол жетімділігін ұсына алады. Бұл сайыста орын ұтады. Маркетингтік қызметтердің