

БИЗНЕС ЖЕТІСТІГІНІҢ САТЫСЫНА АРНАЛҒАН КЕҢЕСТЕР**Ғайнешова Мадина Жасталапқызы***madina.gayneshova@bk.ru*Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ студенті, Нұр-Сұлтан, Қазақстан
Ғылыми жетекшісі - Е.Молдакенова

Сіз маркетинг туралы бұрыннан білесіз, өйткені ол бізді айнала қоршап тұр. Маркетингтің көңіліңізге жақын ескі, дәстүрлі түрлері: жақын маңдағы сауда орталығында толып тұрған өнімдер; көгілдір экранға шығып жатқан, журналдарды түрлендіретін және поштаңызды толтырып жіберетін жарнама. Бірақ соңғы жылдары маркетинггерлер бейнелі (веб-сайт пен смартфон қосымшаларындағы блог, онлайн видео мен әлеуметтік медиаға дейінгі) жаңа тәсілдерді қолдана бастады. Бұл жаңа тәсілдер хабар санын арттырып қана қоймай, жетістікке жеткізіп те келеді. Олар тікелей, жеке әрі интерактив түрде жетеді. Қазіргі маркетинггерлер өміріңіздің бір бөлігіне айналып, өзі ұсынатын брендтермен тәжірибеңізді байытқысы келеді. Олар өз брендині ұсыну арқылы өміріңізді жақсартуға ықпал етуге ниетті. Сондықтан мен маркетингтік мақаламның барлығын бизнес жетістігінің сатысына арналған кеңестерді қарастырдым.

Бүгінгі таңда тұтынушымен қарым-қатынас орнату және олардың құндылықтары өте маңызды. Жылдам технологиялық даму мен экономикалық, әлеуметтік және қоршаған ортаның түбегейлі мәселелерімен беттесетін қазіргі тұтынушылар брендтермен қарым-қатынасын қайта бағалауда. Жаңа цифрлық, мобайл және әлеуметтік медиа саласындағы жетілдірулер жаңа маркетинг стратегиясы мен тактикалар пайда болуына әкеліп, тұтынушылардың сауда жасау және әрекеттесу жолдарын түбегейлі өзгертті. Шынайы әрі тұрақты тұтынушы құндылығына негізделген, тұтынушымен берік ынтымақтастық, жақсы қарым-қатынас орнату және өзара қолдаудың маңызы бұрынғыдан да артық.

Бірақ, алдымен маркетинг негіздерімен танысайық. Бизнесің басқа кез келген функциясымен салыстырғанда маркетингтің тұтынушыларға қатысы өте жоғары. Маркетингтің егжей-тегжейлі анықтамаларын қарастырсақ, олардың ішіндегі ең қарапайымы: маркетинг – тұтынушы тартып, олармен пайдалы қарым-қатынасты басқару. Маркетингтің екіжақты мақсаты – жоғары құндылыққа уәде беріп, жаңа тұтынушы тарту және құндылық пен қанағаттандыру арқылы қазіргі бар тұтынушыларды сақтап, санын арттыру. Мысалы, Nike күнделікті спортпен шұғылданатын адамдарды «Өзіңді шыңдай бер» деп ынталандыру әрі көмектесу арқылы бәсекелестерінен озып келеді. Amazon клиенттеріне «интернетте сатып алуға болатын нәрсенің бәрін тауып беру» арқылы онлайн сатып алудың әлемдік тәжірибесін қалыптастырған онлайн нарық ретінде басым түсті.. Қисынды маркетинг кез келген ұйымның табысты болуында маңызды рөл атқарады. Google, Target, Procter & Gamble, Coca-Cola және Microsoft сияқты ірі коммерциялық компаниялар маркетингті пайдаланады. Үйде, мектепте, жұмыс орындарында, ойын алаңдарында – барлық іс-әрекетіңізде маркетингті көресіз. Маркетинг мағынасы тұтынушының көзіне түсуден де маңыздырақ. Оның артында сіздің назарыңыз және сатып алуыңыз үшін бәсекелесетін адамдар, технологиялар мен әрекеттердің ауқымды желісі жатыр. Мен ең жақсы деген маркетингтің кеңестерін жинақтадым.

Кесте 1. Маркетинг саласы бойынша кеңестер

Кеңес түрлері	Мазмұны
Іске қосар алдында мазмұнды маркетингтік стратегия жасаңыз	Киностудия өндіріске дейінгі процесті бастан өткергендей, электронды коммерция бизнесіне де мазмұнды маркетинг стратегиясы қажет. Блог жазбалары, бейнелер немесе ақпараттық бюллетеньдер болсын, клиенттермен байланысу үшін қолданғыңыз келетін барлық әдістердің тізімін жазыңыз.

		Мазмұнды құру және тарату процесін бағалап, апта сайын немесе ай сайын осы стратегияны тексеріп көріңіз.
	Өзіңіздің жекелендіру стратегияңызды іске асырыңыз	Даралау - маркетингтің ең жақсы жаңа түрі, өйткені ешкім бет-әлпеті жоқ компанияларға ақша жұмсамақшы емес. Ондағы идея - бір-екі адамды сіздің бизнесіңіздің «бет-бейнесі» ретінде пайдаланып, компанияңызды адаммен жапсыру. Электрондық поштаңызда есімдері бар адамдарға хабарласыңыз, жұмысшыларыңыздың бейнелері мен суреттерін жіберіңіз және сіздің өнімдеріңіздің қалай жасалатынын көрсетіңіз.
	Жекешелендірудің әрбір ұсақ-түйектері сіздің клиенттеріңізді ерекше сезінуге және сіздің бизнесіңіздің ішкі мәселелеріне көз салуға мәжбүр етеді. Клиенттерді ана тіліне тарту	Әдетте, электронды сауда дүкендері бүкіл әлемдегі адамдарға өнімді сатады. Сіз ағылшынша сөйлеуіңіз сіздің бас киіміңізді португал тілінде сөйлейтін адамға сата алмайтыныңызды білдірмейді. Интернет-дүкенге аударма функциясын ұсыну арқылы шетелдік клиенттерге қол жеткізіңіз. Электрондық коммерциялық платформалардың көпшілігі, Ecommerce WordPress тақырыптары және WooCommerce шаблондары аударма опцияларын ұсынады, сондықтан сіз басқа елдердегі адамдар сіздің тіліңізді түсінбейді.
	Адалдық бағдарламасын жүзеге асыру	Нағыз адалдық бағдарламасы адамдарды дүкенге қайтарады және сіздің компанияңызға ақша жұмсағанына ризашылық сезімін тудырады. Сіз өзіңіздің ең адал клиенттеріңізді аздап көп ақша жұмсайсыз деп сендіресіз, олар сол үшін сыйақы алады.
	Өзіңіздің жеке талғамыңызбен бренд жасаңыз	Сіздің компанияңызға бет орналастыру - бұл бір нәрсе, бірақ клиенттер шоууды жүргізетін адамдардан хабар алғысы келеді. Осы адамдарға арналған нұсқаулық жасаңыз, олар сізге көңілді немесе кәсіби нәрсе туралы сөйлейтін дауыс қажет екенін білсін.

Маркетинг біздің өміріміздің кез-келген күнінде әрқайсымыздың өмірімізді қозғайды. Бұл белгілі бір өмір сүру деңгейін қамтамасыз ететін тауарлар мен қызметтерді әзірлеу және адамдарға қол жетімді ету процесі. Маркетинг маркетингтік зерттеулер, өнімді әзірлеу, тарату, баға белгілеу, жарнама және жеке сату сияқты әртүрлі қызмет түрлерін қамтиды.

Маркетинг - бұл қажеттіліктер мен қажеттіліктерді айырбас арқылы қанағаттандыруға бағытталған адам қызметінің түрі. Маркетинг саласының негізгі түсініктеріне мыналар жатады: қажеттіліктер, талаптар, сұраныстар, тауарлар, айырбас, мәміле және нарық. Оның мақсаттары ең жоғары тұтынуға қол жеткізу, тұтынушылардың максималды қанағаттануына қол жеткізу, тұтынушыларға мейлінше кең таңдау беру және өмір сүру сапасын максимумдау сияқты. Көпшілік мақсат өмірдің сапасын жақсарту, ал оған жетудің құралы әлеуметтік этикалық маркетинг тұжырымдамасын қолдану болуы керек деп санайды.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. Маркетинг негіздері: Филип Котлер <https://ecommerce-platforms.com/ru/articles/50-unbeatable-ecommerce-marketing-tips>