

УДК 339.138

FUSION-МАРКЕТИНГ КАК НОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

О. Н. Верховцева

Студентка,
Ульяновский государственный
технический университет,
г. Ульяновск, Россия

FUSION-MARKETING TOOL AS NEW MARKETING COMMUNICATIONS

O. N. Verkhovtseva

Student,
Ulyanovsk State Technical University,
Ulyanovsk, Russia

Summary. This article analyzes such direction as fusion-marketing. Relevance of such designated areas, formulated definition. Also highlighted are the main goals and objectives of fusion-marketing.

Keywords: marketing; communications; fusion-marketing.

В настоящее время такое направление, как маркетинг, активно развивается. Появляются новые концепции и направления, которые позволяют эффективно выполнять определенные цели и задачи компании. С недавнего времени активное распространение получило такое направление, как fusion-маркетинг. Данное направление характеризуется смешением различных методов продвижения и маркетинговых коммуникаций. Рассмотрим особенности этого понятия и направления в целом.

Суть fusion-маркетинга кроется в следующих основных принципах:

- эффективное комбинационное сочетание online и offline инструментов продвижения;
- креативность подходов;
- смешение и интеграция стилей, культур.

Такое направление, как fusion-маркетинг, выражается в креативности, неординарности подходов, которые максимально способствуют достижению маркетинговых целей. В целом, понятие fusion-маркетинг можно сформулировать как комбинацию различных маркетинговых способов, необходимых для продвижения продукции, выстраивания коммуникативной связи с потребителями на основе интеграции существующих эффективных методик. Принципиальное отличие такого направления состоит в том, что оно ориентировано на снижение затрат и оптимизацию бюджета компаний, что

в результате повышает эффективность всей маркетинговой деятельности.

Принято выделять несколько направлений данной концепции маркетинга: корпоративный fusion – это нацеленность на кооперацию и сотрудничество, а не на конкуренцию с другими компаниями; бренд-fusion – представляет собой инновационный и комплексный подход к формированию бренда; fusion promotion – креативный и эффективный подход к продвижению товаров.

Таким образом, fusion-маркетинг представляет собой эффективный инструмент, который позволяет привлекать новых клиентов, удерживать существующих, поддерживать интерес потребителей к компании или бренду и многое другое. Понимание сути классического маркетинга и преимуществ продвижения в Интернете позволяет добиваться значительных результатов и эффективно развиваться.

Библиографический список

1. Smith P. R., Zook Z. Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media.
2. Данилюк А. И-маркетинг с прикрасами и без. URL: <http://www.adme.ru/business/i-marketing-s-prikasami-i-bez-75501>.

Bibliograficheskiy spisok

1. Smith P. R., Zook Z. Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media.
2. Danilyuk A. I-marketing s prikrasami i bez. URL: <http://www.adme.ru/business/i-marketing-s-prikasami-i-bez-75501>.

© Верховцева О. Н., 2014.