

Источники

1. Владельцев Zara спасают онлайн-продажи [Электронный ресурс] // Oborot.ru. — Режим доступа: <https://oborot.ru/news/inditex-spasayut-onlajn-prodazhi-i91929.html>. — Дата доступа: 28.11.2018.

А.А. Кашкарова

*Филиал БГЭУ «Минский торговый колледж»
Научный руководитель — И.Н. Хмельницкая*

ОСНОВНАЯ ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ТОРГОВЛИ БУДУЩЕГО

Отбор правильной целевой аудитории позволяет организациям приблизиться к успеху.

Рассмотрим, чем обеспокоено население Беларуси и Европы в настоящее время [1]: Беларусь — цены на продукты, экономика, коммунальные тарифы, работа; Европа — экономика, здоровье, работа, личная жизнь.

Теория поколений: 1900–1923 — поколение GI; 1923–1943 — «Молчаливое поколение»; 1943–1963 — поколение «беби-бумеров», 1963–1984 — поколение X, 1984–2000 — поколение Y, 2000–2020 — поколение Z [2].

Успешная деятельность торговли в ближайшие 20 лет будет напрямую зависеть от покупок поколения Z.

Поэтапная схема совершения Z-ми покупки, согласно агентству Fitch:

1) формирование потребностей. Зеты принимают решения, получая информацию из традиционных медиа или Интернета, поэтому бренду необходимо создавать контент, который будет активно распространяться в Интернете через репосты;

2) выбор. Задача ритейлера — обеспечивать потребителя всей возможной информацией 24 часа в сутки;

3) принятие решения. Зеты в зависимости от реакции друзей принимают решение о покупке;

4) покупка. Для подростков важны скидки;

5) демонстрация покупки. Совершив покупку, Зет сразу захочет поделиться ей в соцсетях, наблюдая за реакцией сверстников [4].

Отметим, что в сеть выйдут 92 % людей 15–22 лет. Поэтому молодежь привлекает возможность платежа с помощью гаджетов.

При этом надо учитывать, что Зеты визуалы, хорошо воспринимают краткие и четкие тексты, картинки с элементами юмора, видео до трех минут. Для работы с ними неплохо завести видеоблог или страницу на YouTube.

Современная молодежь обладает иммунитетом к прямой рекламе. Лучше использовать event-рекламу [5].

Компания Fitch отметила еще некоторые особенности поколения Z: ориентируются на цвета и контрасты, взгляд перемещается на уровне глаз, приветствуют наличие музыкального фона, возможность взять товар в руки, хотят сразу знать, могут ли позволить себе покупку, ждут уважительного отношения продавцов, хотят обновления и инновации, хотят самовыражаться через продукт, лояльны к брендам, выбирают, ориентируясь на качество, стоимость, внешний вид [4].

Источники

1. Презентации «TradeDialog» — II конференция производителей [Электронный ресурс] // yadi.sk. — Режим доступа: <https://yadi.sk/d/9knrk2Zw3NCVfL>. — Дата доступа: 21.11.2018.

2. Особенности потребителей поколений x, y, z [Электронный ресурс] // Z&G. Branding — Разработка и продвижение бренда. — Режим доступа: https://zg-brand.ru/statiy/celewaya-auditoriya/osobennosti_potrebitelej_pokolenij_x_y_z/. — Дата доступа: 23.11.2018.

3. Что такое программа лояльности, и как она помогает повторным продажам [Электронный ресурс] // netology.ru. — Режим доступа: <https://netology.ru/blog/loyalty-sale>. — Дата доступа: 21.11.2018.

4. Революционеры торговли: как и почему Поколение Z меняет правила игры в ритейле [Электронный ресурс] // www.roslegprom.ru. — Режим доступа: <http://www.roslegprom.ru/Go/ViewArticle/id=2683>. — Дата доступа: 23.11.2018.

5. Поколение Z: как понять и вовлечь? [Электронный ресурс] // produkt.by. — Режим доступа: <https://produkt.by/story/pokolenie-z-kak-ponyat-i-ovvlech>. — Дата доступа: 21.11.2018.

М.М. Коляго
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О.Ю. Остальцева

ОСОБЕННОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Результативность хозяйственных связей как важнейшего направления коммерческой деятельности во многом определяется правильностью выбора форм осуществления торговых сделок и поставщиков. Рационально организованные хозяйственные связи способствуют планомерной закупке необходимых товарных запасов у поставщиков, своевременной поставки товаров покупателям и удовлетворению спроса конечных потребителей, что подтверждает актуальность данной темы. Рациональные хозяйственные связи в современных условиях