



***ЕТИЧНІСТЬ МАСОВОГО ВИКОРИСТАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ  
В БОРОТЬБІ ЗА ЛОЯЛЬНІСТЬ СПОЖИВАЧІВ***

**Бабошко Анна  
Бушля Дар`я**

**Науковий керівник: Болотна О.В.  
кандидат економічних наук,  
доцент кафедри маркетингу і  
менеджменту ЗЕД**

*Мета роботи – дослідження іноземного досвіду використання індивідуального маркетингу та розгляд його етичного аспекту, формування висновків та надання рекомендацій, що допомогли б українським компаніям підвищити лояльність клієнтів, використовуючи даний вид маркетингу*

**Індивідуальний  
маркетинг  
спрямований на  
пристосування  
товарного асортименту і  
маркетингових програм  
до потреб і бажань  
окремих споживачів**



# ІНДИВІДУЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ

## ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЯ

*концепція, коли компанія вивчає особисті вподобання і смаки кожного споживача і налаштовує свій маркетинговий план для кожного з них*

## КАСТОМІЗАЦІЯ

*концепція, за якої компанія дає клієнтам можливість налаштувати та змінити, створити продукт у відповідності з власними смаками*

# *Приклади використання персоналізації зарубіжними компаніями*

- Amazon.com рекомендує продукти, що засновані на минулих покупках та інтересах клієнта;
- пошукові системи Google і AltaVista аналізують запити користувача протягом довгого часу;
- телекомунікаційних компанія «Sprint Nextel Corporation» аналізує кількість та напрямки дзвінків та SMS-повідомлень кожного клієнта з метою запропонувати індивідуальний тарифний план.

**amazon**  


**Google**

**Sprint**  


# Приклади використання кастомізації зарубіжними компаніями

- клієнт без будь-яких перешкод може замовити комп'ютер Dell відповідно до його потреб та вподобань;
- компанії "IKEA" and "Bemz Furniture" розпочали новий спільний проект, головна мета якого – виготовлення меблів на замовлення;
- компанії Timberland та Nike, що надають клієнтам створити власний варіант бачення взуття, а потім втілюють його в реальність у високій якості.

The Dell logo, consisting of the word "DELL" in a bold, blue, sans-serif font. The letter "E" is stylized with a white diagonal line through it. A small "TM" trademark symbol is located to the upper right of the "L".The IKEA logo, featuring the word "IKEA" in a bold, blue, sans-serif font inside a yellow oval, which is itself set within a blue rectangular border. A small "®" trademark symbol is located to the upper right of the oval.The Nike logo, consisting of the word "NIKE" in a bold, italicized, black, sans-serif font, positioned above a black swoosh that curves under the letters. A small "®" trademark symbol is located to the upper right of the swoosh.The Timberland logo, featuring the word "Timberland" in a large, orange, serif font. A small "®" trademark symbol is located to the upper right of the "d".

## *Кодекс Американської асоціації маркетингу як основна умова етичного використання індивідуального маркетингу*

- **Чесність** у відносинах з клієнтами та іншими сторонами;
- **Відповідальність** за наслідки прийнятих маркетингових рішень та стратегій;
- **Справедливість** у співвідношенні потреб споживача з інтересами компанії;
- **Повага** у визначенні індивідуальних відмінностей та уникненні стереотипів;
- **Прозорість** у маркетинговій діяльності;



# Пропозиції та рекомендації

- *основною метою збору особистих даних споживачів компанією має бути більш якісне задоволення потреб клієнтів та удосконалення продуктів та послуг компанії;*
- *українські та іноземні компанії у своїй діяльності повинні керуватися етичними нормами Американської асоціації маркетингу;*
- *законодавчо необхідно закріпити юридичну відповідальність підприємств на державному рівні за розголошення, продаж, використання у власних інтересах особистої інформації клієнтів.*





Дякуємо за увагу!