

ПРАКТИЧНЕ ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ЗБУТОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА НА B2B-РИНКУ

Войцеховський Дмитро Ігорович

здобувача вищої освіти ступеня доктора філософії
Національний авіаційний університет (м. Київ), Україна

Науковий керівник: Казанська Олена Олександрівна

ORCID ID: 0000-0002-8100-5350

кандидат наук з державного управління, доцент,
доцент кафедри маркетингу

Національний авіаційний університет (м. Київ), Україна

Ринок бізнес-для-бізнесу (B2B) вимагає від підприємств високого рівня конкурентоспроможності та ефективності. Щоб вижити і процвітати в цьому середовищі, підприємства повинні розробляти інноваційні збутові стратегії, які дозволять їм відзначитися серед конкурентів і задовольняти зростаючі потреби клієнтів. Визначимо ключові аспекти розробки інноваційної збутової стратегії на B2B-ринку з використанням практичних прикладів успішних компаній та досліджень.

Першим кроком у розробці інноваційної збутової стратегії є ретельне дослідження ринку. Важливо визначити потреби і вимоги клієнтів, визначити проблеми та виклики, з якими стикаються підприємства на ринку B2B. Дослідження може включати в себе аналіз конкурентів, визначення ринкових трендів і оцінку потенційного попиту.

Так, компанія IBM провела обширне дослідження ринку перед розробкою свого хмарного рішення IBM Cloud. Вони побачили зростаючий попит на хмарні послуги та специфічні потреби підприємств у сфері безпеки даних. Ця інформація допомогла їм розробити інноваційний продукт, який надав можливість задовольняти потреби клієнтів [2].

Одним із ключових аспектів інноваційної збутової стратегії – є інноваційний маркетинг. Підприємства повинні розробляти нові підходи до просування продуктів і послуг, використовуючи сучасні технології та маркетингові інструменти.

Компанія HubSpot стала лідером у сфері маркетингового автоматизації завдяки впровадженню інноваційних методів інтернет-маркетингу, таких як інбаунд-маркетинг і контент-маркетинг. Вони активно використовують блоги, відео і соціальні медіа для залучення клієнтів [3].

Використання нових технологій може значно полегшити збут продуктів і послуг на B2B-ринку. Технологічні інновації можуть включати в себе впровадження цифрових рішень, автоматизацію бізнес-процесів, розробку мобільних додатків та інше.

Компанія Salesforce впровадила інноваційну платформу для керування відносинами з клієнтами (CRM), яка використовує штучний інтелект для аналізу даних і покращення обслуговування клієнтів [4].

Співпраця з клієнтами є іншим важливим аспектом інноваційної збутової стратегії на B2B-ринку. Важливо слухати фідбек від клієнтів, співпрацювати з ними в процесі розробки нових продуктів і послуг, і враховувати їхні потреби та пропозиції.

Компанія Adobe активно взаємодіє зі своїми клієнтами через спеціалізовані онлайн-форуми і опитування. Це допомагає їм визначити пріоритети для подальших розробок та покращень [5].

Висновки. Розробка інноваційної збутової стратегії є важливим завданням для підприємств на B2B-ринку. Приклади успіху і наукові дослідження показують, що інноваційна збутова стратегія може стати джерелом конкурентної переваги і успіху на цьому ринку. Підприємства, такі як IBM, HubSpot, Salesforce і Adobe, є прикладами компаній, які досягли успіху завдяки впровадженню інновацій у свої збутові стратегії.

Список використаних джерел:

1. Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing.
2. Tom Krazit. (September 29, 2021). How IBM lost the cloud. Вилучено з: <https://www.protocol.com/enterprise/ibm-lost-public-cloud>
3. Blogging drives leads, website traffic. (October 30, 2012). Вилучено з: <https://www.marketingprofs.com/charts/2012/9218/blogging-drives-leads-website-traffic>
4. How Salesforce's AI research is shaping CRM, society, and the future. (2023). Вилучено з: <https://www.salesforce.com/news/stories/salesforce-research-ai-story/>
5. Customer experience – what it is, why it's important, and how to deliver it. (2022). Вилучено з: <https://business.adobe.com/blog/basics/what-is-customer-experience>