

**Дарья Шаблыко**  
(Республика Беларусь)

Научный руководитель Е.С. Пашкова  
Белорусский государственный аграрный технический университет

## **ЛАТЕРАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК НЕСТАНДАРТНЫЙ ПОДХОД ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ**

Латеральный маркетинг (или латеральное мышление в маркетинге) – это подход к разработке маркетинговых стратегий, который предполагает использование нестандартных и неожиданных методов для привлечения внимания к продукту или услуге. В отличие от традиционного вертикального маркетинга, который ориентирован на конкретную целевую аудиторию, латеральный маркетинг ищет неожиданные способы привлечения новых клиентов или удержания существующих.

Латеральный маркетинг помогает повысить конкурентоспособность с помощью поиска новых методов продвижения продукции, а также представления их в новом свете. С его помощью идет открытие нового рынка, что помогает компаниям быть первыми в своей нише. Латеральный маркетинг использует специальные технологии, а не ожидания. Путем сотрудничества с другими брендами или отраслями, компании могут предложить клиентам нечто новое и необычное, что может быть привлекательным для них.

Основная идея данного маркетинга заключается в том, чтобы создать неожиданное и запоминающееся впечатление у потенциальных клиентов. Это может быть достигнуто через сотрудничество с известными личностями, проведение необычных мероприятий или создание нестандартных рекламных кампаний. Главная цель – привлечь внимание и вызвать интерес, чтобы потенциальные клиенты запомнили бренд и стали его постоянными покупателями.

В основе принципов латерального маркетинга лежит создание новых возможностей для компаний через поиск новых методов продаж, преобразование способов взаимодействия с покупателями. Это помогает предприятиям держаться первенства на рынке, а также в товарной категории.

К преимуществам латерального маркетинга можно отнести:

- ✓ Выделение из толпы. Латеральный маркетинг позволяет компаниям выделиться на фоне конкурентов благодаря нестандартным и оригинальным подходам к продвижению продуктов и услуг.

- ✓ Привлечения внимания. Нестандартные решения и инновации, используемые в латеральном маркетинге, помогают привлечь внимание целевой аудитории, что способствует увеличению узнаваемости бренда.

- ✓ Эффективность. Латеральный маркетинг может быть более эффективным, чем традиционные методы рекламы, так как он позволяет обойти рекламный шум и привлечь внимание потребителей.

- ✓ Увеличение продаж. Использование нестандартных подходов к продвижению продуктов и услуг может привести к увеличению продаж за счет привлечения новых клиентов и укрепления лояльности существующих.

- ✓ Уникальный имидж. Использование латерального маркетинга помогает компании создать уникальный имидж, который может быть ключевым фактором в привлечении клиентов и конкурентном преимуществе на рынке.

- ✓ Расширение продуктовой линейки. Данный тип маркетинга может помочь компании расширить ассортимент продукции или услуг, предлагаемых для удовлетворения разнообразных потребностей клиентов.

В целом, латеральный маркетинг представляет собой эффективный инструмент для привлечения внимания к продуктам и услугам, выделение бренда из массы конкурентов и стимулирования продаж.

Несмотря на то, что у латерального маркетинга много преимуществ, он все-таки имеет свои риски:

- ✓ Непредсказуемые реакции аудитории. Использование нестандартных и оригинальных методов маркетинга может привести к непредсказуемым реакциям целевой аудитории. Некоторые клиенты могут не оценить нестандартный подход и воспринять его негативно, что может повлиять на имидж бренда.

- ✓ Риск провала. Латеральный маркетинг часто связан с экспериментами и нестандартными решениями, что увеличивает риск провала. Не все нестандартные идеи кажутся успешными, и провал таких кампаний может отрицательно сказаться на бренде компании.

- ✓ Недостаточная целевая направленность. Иногда нестандартные методы маркетинга могут быть менее направленными на целевую ау-

диторию, что может привести к низкой эффективности и ресурсоемкости кампаний.

✓ Негативное восприятие обществом. Некоторые нестандартные методы могут вызвать негативное восприятие со стороны общества, особенно если они считаются провокационными или неподходящими для определенной культуры или социальной группы.

✓ Риск повреждения имиджа. Использование нестандартных методов может повлечь за собой риск повреждения имиджа компании, особенно если кампания будет воспринята как неэтичная или неприемлема.

✓ Финансовые риски. Латеральный маркетинг может потребовать значительных финансовых вложений, особенно если включает в себя разработку новых продуктов или услуг, что создает финансовые риски для компании.

Данный вид маркетинга очень распространен, а некоторые примеры всемирно известны. Например, «Coca-Cola», вместо того, чтобы сосредотачиваться только на продаже своих газированных напитков, она создала программу «Share a Coke», в рамках которой на бутылках напитка печатались имена людей. Это позволило бренду установить эмоциональную связь с потребителями и стимулировать их к обмену напитками с друзьями и близкими.

**УДК 658.15**

**Шинтарь Дарья**

(Республика Беларусь)

Научный руководитель М.Г. Мацкевич, ст. преподаватель  
Белорусский государственный аграрный технический университет

## **УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ**

Финансовый результат представляет собой прирост (или уменьшение) стоимости собственного капитала организации, образовавшийся в процессе ее предпринимательской деятельности за отчетный период.

Актуальность данной темы заключается в том, что проблема грамотного и эффективного управления финансовыми результатами является наиболее значимой в развитии организации.