

СТРАТЕГИЯ КОММУНИКАЦИИ ТОВАРА

Лизакова Р.А. к.э.н.

Для того чтобы выбрать стратегическое направление эффективной коммуникации каждой фирме необходимо пройти ряд этапов, начальными из которых являются выявление целевой аудитории и определение желаемой ответной реакции. При определении желаемой ответной реакции клиент может находиться в любом из следующих состояний покупательской готовности: осведомленность, знание, благорасположение, предпочтение, убежденность, совершение покупки. Исследование студентов ГИИ спец. "Организация управления производством" в такой интерпретации позволило определить тенденции отношения студентов к выбранной специальности и к институту в целом.