

Кучмійова Тетяна Сергіївна
Миколаївський національний аграрний університет,
Україна
*кандидат економічних наук, доцент кафедри економічної кібернетики,
комп'ютерних наук та інформаційних технологій*

Шиян Богдан Вікторович,
Миколаївський національний аграрний університет
Україна
здобувач вищої освіти 4-го курсу факультету менеджменту

ВПЛИВ МАРКЕТИНГУ НА УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ ТА ЧИННИКИ УСПІШНИХ ПРОЕКТІВ

Маркетинг у керуванні проектами прогресує важливу роль у досягненні успіху. Він визначає сприйняття проекту на ринку, умови його зменшення та реакцію цільової аудиторії.

Розглянемо маркетингове дослідження й аналіз ринку. Цей процес передбачає детальний огляд ринку, включаючи ідентифікацію ключових гравців, аналіз попиту та прогнозування тенденцій. Результат цього аналізу визначатиме, чи існує ринковий попит на продукт або послугу, яку проект планує впровадити. Цільова аудиторія, грає важливу роль у визначенні успіху проекту. Маркетинг визначає, для кого призначений продукт чи послуга, і спрямовує всі зусилля на залучення цієї аудиторії. Це включає в себе створення специфічних маркетингових повідомлень та стратегій, які привертають увагу та розуміння цільової групи.

Маркетинг в управлінні проектами допомагає створити стратегію, яка забезпечує залучення цільової аудиторії, популярність проекту на ринку та досягнення поставлених цілей. Він відіграє важливу роль у визначенні успіху проекту в умовах конкурентного бізнес-середовища. Встановлює позиціонування проекту на ринку, визначаючи його особливості з конкурентами та привабливість для цільової аудиторії. Грамотне позиціонування може створювати конкурентні переваги та сприяти привертанню клієнтів.

Важливу роль в успіху створення проекту грає брендування. Міцний бренд може забезпечити довготривалий успіх і надійність в очах споживачів. Він сприяє відрізненню проекту та його запам'ятовуванню для споживачів. Крім брендування, особливу важливість мають маркетингові комунікації, вони починають роботу, якою проект взаємодіє із залученням коштів та спілкуванням з аудиторією. Це може охоплювати рекламу, контент-маркетинг, соціальні медіа та інші інструменти для залучення та взаємодії з клієнтами.

Виділяють п'ять основних аспектів для створення проектів:

1. Маркетинговий план і бюджетування: впровадження маркетингової стратегії вимагає належного планування і бюджетування. Під час планування проекту, команда повинна визначити, які ресурси будуть виділені на маркетинг, включаючи рекламні кампанії, інтернет-маркетинг, PR та інші ініціативи.

Оптимальне розподілення бюджету може вплинути на ефективність маркетингу та загальний успіх проекту.

2. Вимірювання маркетингового впливу: для забезпечення ефективності маркетингу в управлінні проектами, важливо мати систему вимірювання маркетингового впливу. Це допомагає визначити, які маркетингові стратегії працюють і які потребують корекції. Метрики, такі як конверсія, ROI (повернення інвестицій) та залучені клієнти, допомагають оцінити результати маркетингових зусиль.

3. Спільна робота маркетингових та проектних команд: управління проектом вимагає спільної роботи між різними командами, включаючи маркетингову. Забезпечення ефективного спілкування і зрозуміння між цими командами є критично важливим для досягнення спільних цілей проекту.

4. Аналіз конкурентного середовища: дослідження конкурентів дозволяє виявити їхні сильні та слабкі сторони та можливості для проекту в контексті ринкової конкуренції.

5. Створення маркетингових повідомлень та кампаній: розробка ефективних маркетингових повідомлень та кампаній, які привертають увагу і залучають цільову аудиторію. Створення контенту, рекламу та інші матеріали, які передають цінність та унікальність проекту.

Досліджуючи думки різних експертів маркетингових досліджень, основна роль маркетингу в управлінні проектами полягає в створенні успішного маркетингового плану та стратегії, які забезпечують зростання і популярність проекту на ринку. Маркетинг визначає, як проект сприймається цільовою аудиторією, яким чином він відрізняється від конкурентів та як до нього ставляться клієнти. Визначає, які ресурси будуть виділені на рекламу, маркетингові ініціативи, канали комунікації будуть використані та які повідомлення будуть надіслані.

Отже, аналіз маркетингу та моніторинг результатів є найважливішими аспектами управління проектом у реальному часі. Це необхідно для вирішення можливих проблем під час виконання проекту та максимізації його успіху. В управлінських проектах важливо чітко виявити торговельні аспекти, щоб вдосконалити ефективність проекту в умовах конкурентного ринкового середовища. Орієнтація проекту на залучення клієнтів, створення конкурентних переваг та забезпечення постійного успішного ринкового позиціонування є ключовими аспектами.

Список використаних джерел:

1. Іванова, О.Р. Маркетинговий аналіз і стратегія управління проектами. *Управління проектами та програмами*. Т. 8, № 1, 2019, ст. 19-27.
2. Гарріс, Д. Маркетинговий вплив на успіх проектів. *Проектний менеджмент*, Т. 36, № 2, 2018, ст. 45-52.
4. Портер, М. Конкурентна перевага. / М. Портер // Київ. Видавництво "Наш формат", К: 2019. с.624