

А. Чернова

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ КИТАЯ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ ХІАОМІ

Глобальной задачей маркетинга является определение потребительского качества товара и разработка плана его продажи покупателям. И для достижения данной цели маркетологи продумывают алгоритм действий, что и является маркетинговой стратегией компании.

Из этого следует что маркетинговая стратегия – это общий план действий компании по привлечению потребителей и их конвертации в клиентов, содержащий ценностное предложение компании, ее ключевые сообщения, информацию о демографических характеристиках целевых потребителей и другие данные по рынку.

Если говорить о китайских компаниях, то в своей маркетинговой деятельности они используют преимущественно следующие виды международного маркетинга: косвенная (скрытая) реклама на месте продажи (мерчандайзинг), выставки и ярмарки, компьютеризированная реклама (в том числе

в Интернете. Например, построение маркетинговой стратегии Xiaomi в Китае базируется на активном присутствии во всевозможных социальных сетях. Однако в Беларуси представители компании уделяют большее внимание прямому маркетингу посредством открытия новых магазинов на территории всей страны. Помимо этого, когда Xiaomi только выходила на рынок, то использовала стратегию проникновения, т.е. реализовывала товары по себестоимости, а прибыль поступала за счет использования встроенных сервисов и программ. Несмотря на то, что сегодня стоимость товаров Xiaomi больше не считается низкой, тем не менее – это все тот же доступный и самый продаваемый «продукт» высокого качества. Чтобы сделать телефоны еще дешевле, Xiaomi отказалась от традиционной рекламной стратегии. Ее продукцию мы не увидим по телевидению, на лайт-боксах или голливудских фильмах.

Популярность бренда Xiaomi на белорусском рынке растет очень быстрыми темпами. На сегодня Xiaomi уже заняла первое место по доле рынка (по данным международной организации GFK), всего за год отодвинув на второе и третье места соответственно таких гигантов, как Samsung и Huawei. Рынок уже сегодня регулирует официальный дистрибьютор Xiaomi на территории Республики Беларусь, занимаясь контролем рекомендованной розничной цены и борясь с контрафактной продукцией.

Таким образом, несмотря на разные подходы и использования стратегий на различных зарубежных рынках, Xiaomi находится на лидирующих позициях по реализации своей продукции на территории Беларуси.