

## ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

**Ван Цзыюй**

### СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ БЫТОВОЙ ТЕХНИКИ И ЭЛЕКТРОНИКИ КОМПАНИЯМИ КИТАЯ НА РЫНКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время на рынке бытовой техники и электроники Республики Беларусь представлена продукция китайских компаний, таких как «Xiaomi», «Huawei». На основе анализа рынка бытовой техники и электроники выявлено, что китайская электроника имеет много моделей в среднем ценовом диапазоне, достаточно привлекательном для потребителей. Китайские компании бытовой техники и электроники используют для продвижения наружную рекламу, акции, рассрочки платежа, социальные медиа, в которых размещают информацию о своих новых продуктах.

Автором представлена стратегия продвижения продукции китайской компанией «Xiaomi» на рынке бытовой техники и электроники Республики Беларусь. «Xiaomi» использует стратегию, которая заключается в продвижении своей продукции через интернет, вместо использования таких методов продвижения, как реклама, телевидение и радио. Компания «Xiaomi» открыла фирменные и авторизованные магазины и сотрудничает с розничными посредниками, платформами электронной коммерции и операторами, осуществляет продажи онлайн и офлайн. Основной реализуемой продукцией «Xiaomi» в Беларуси является продажа смартфонов низкого и среднего ценового диапазона. «Xiaomi» повышает известность бренда при помощи участия в Международной специализированной выставке ТИВО; использует собственные аккаунты на социальных платформах, карты лояльности, гарантию, рассрочку платежей, трейд-ин и акции для привлечения большего числа покупателей.

По результатам проведенного опроса, систематизировав характеристики потребителей на рынке Беларуси, представлено, что белорусские потребители обращают большое внимание на качество и цену. В основном они покупают бытовую технику и электронику в розничных магазинах, а узнают информацию о бытовой технике и электронике через интернет-источники. Большинство белорусских потребителей считают, что китайская электроника обладает разумной ценой и хорошим качеством, например «Xiaomi» и «Huawei». Потребители не очень хорошо знакомы с другими китайскими брендами бытовой техники и предпочитают выбирать более известные им бренды. Продукты «Xiaomi» для домашней электроники составляют экосистему «Xiaomi Home» и постепенно совершенствуются. Ценовая стратегия «Xiaomi» заключается в продаже высококачественных инновационных продуктов по справедливой цене.

Среди направлений совершенствования маркетинговой стратегии компании «Xiaomi» можно выделить: 1) создание рекламы, ориентированной на белорусских потребителей; 2) разработка соответствующих ценовых стратегий; 3) проведение мероприятий по продвижению, связанные с белорусскими праздниками и культурой; 4) участие в общественных мероприятиях с целью повышения лояльности потребителей к компании.