



КУРСОВА РАБОТА

**Тема: Нетрадиционни форми на маркетингово
въздействие като
предпоставка за формиране на конкурентно
предимство.**

Преподавател:

OKC:

Факултетен №

ЦДО

2023/2024 уч. година

Въведение

В динамичния и конкурентен свят на бизнеса, компаниите непрекъснато търсят иновативни подходи, за да се открийт от конкуренцията и да изградят трайно конкурентно предимство. Традиционните маркетингови инструменти, макар и ефективни, често са недостатъчни, за да се достигне до целевата аудитория по нов и ангажиращ начин. В този контекст, нетрадиционните форми на маркетингово въздействие се превръщат в ключов фактор за успеха на много компании.

Целта на тази курсова работа е да проучи и анализира ролята на нетрадиционните форми на маркетингово въздействие в изграждането на конкурентно предимство.

1. Понятие и видове на нетрадиционния маркетинг

Нетрадиционният маркетинг представлява маркетингов подход, който използва необичайни, иновативни или нестандартни методи и стратегии за комуникация с целевата аудитория. Тези методи могат да включват неочаквани подходи, креативни експерименти и нестандартни решения, които целят да привлекат вниманието на потребителите и да създадат запомнящо се преживяване.

Видове нетрадиционни маркетингови стратегии:

- Guerilla маркетинг: Този вид маркетинг се характеризира с използването на необичайни и нестандартни методи за промоция, често с ограничени бюджетни средства. Герила маркетингът цели да привлече вниманието на потребителите чрез неочаквани и креативни кампании.

ЦДО

2023/2024 уч. година

- Ambient маркетинг: Този вид маркетинг използва околната среда и обекти от ежедневиия живот на хората като медиум за рекламни съобщения. Той се основава на неочаквани места и нестандартни подходи за представяне на марката или продукта.
- Вирусен маркетинг: Този метод използва социалните мрежи и онлайн платформи за разпространение на маркетингови съобщения, които се разпространяват бързо и ефективно чрез споделяне от потребителите.
- Амбуш маркетинг: Този вид маркетинг включва позиционирането на марката или продукта в контекст, където потребителите не очакват да я видят. Целта е да се привлече вниманието на потребителите чрез неочакваност и изненада.
- Трансформационен маркетинг: Този метод използва изживяванията и емоциите на потребителите, за да създаде връзка между марката и техните желания или ценности. Той цели да промени перцепцията на потребителите за марката и да ги включи в по-широко обществено или културно движение.

2. Значение на нетрадиционния маркетинг за формиране на конкурентно предимство

Нетрадиционният маркетинг представлява съвкупност от стратегии и методи, които играят ключова роля в формирането на конкурентно предимство за бизнес организациите. Едно от най-значимите значение на нетрадиционния маркетинг е възможността да се повиши вниманието и запомнянето на марката сред потребителите. Чрез иновативни и нестандартни подходи, маркетингът може да привлече по-голямо внимание към марката, което създава основа за