

Но если грамотно работать в этой сети, то успех будет обеспечен, даже несмотря на переполненность рынка. Ведь люди в Instagram всегда открыты для чего-то нового, и каждый может найти свою аудиторию. Самое главное – быть честными со своей аудиторией и действовать открыто, следовать важным правилам контента, не забывать проводить маркетинговые кампании и правильно использовать способы для продвижения в Instagram.

Практическое применение полученных результатов. Разработанная программа продвижения в Instagram может быть использована не только для брендов одежды, но и для любого бренда, даже личного.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЦЕННОСТИ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ

Я. И. СТАШКЕВИЧ (магистрант)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование проблем рынков сбыта предприятий различных форм собственности с целью повышения эффективности их функционирования, создания дополнительного дохода и увеличения рентабельности.

Цель работы. Разработка методических подходов, повышающих вероятность получения предприятием максимальной клиентской ценности в течение жизненного цикла потребителя.

Объект исследования. Клиентская база предприятия любой формы собственности.

Использованные методики. Методы эмпирического исследования (сравнение, измерение), методы теоретического исследования (абстрагирование, анализ и синтез, индукция и дедукция), специальные методы (динамический, структурно-динамический, коэффициентный, факторный, а также экономико-математический).

Научная новизна. Разработан научно обоснованный и применимый на практике методический подход к оценке параметров клиентской базы, направленный на удержание долгосрочных клиентов предприятия.

Полученные результаты и выводы. Моделирование клиентского поведения позволяет не только повысить лояльность долгосрочных клиентов через своевременное и актуальное предложение клиенту, которое будет принято с высокой вероятностью, но и на основе ретроспективных данных сегментов, сформировать предложение клиенту, совершившему единственную покупку, тем самым увеличив шансы на совершение второй транзакции. Кроме того, моделирование даёт возможность бизнесу строить стратегические планы на основе прогнозируемой ценности от клиентов через некоторый промежуток времени, что также дает время научно и с большой точностью, а также в нужном направлении построить дальнейший путь развития предприятия.

Практическое применение полученных результатов. Разработанная методика может применяться в учебном процессе для совершенствования профессиональных навыков и умений будущих специалистов, а также в работе предприятий различных форм собственности для повышения эффективности их деятельности.