

## ЗНАЧЕНИЕ ПОЗИТИВНОГО МАРКЕТИНГА В СОЗДАНИИ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ СВЯЗИ С ПОТРЕБИТЕЛЕМ

*БУБЕНЦОВА А. Е. (студентка 3-го курса), БУГАЕВА Е. Г. (студентка 3-го курса)*

**Проблематика.** В современном мире, наполненном событиями, ставящими под угрозу устойчивое развитие экономики и благосостояние населения, люди особенно нуждаются в стабильности со стороны брендов и производителей. Положительная эмоциональная связь с потребителем становится ключевым аспектом успешной маркетинговой деятельности. Активизация и развитие позитивного маркетинга является наиболее важным и эффективным методом в создании научной и поддерживающей связи с аудиторией, способным улучшить их эмоциональное благополучие в условиях нестабильности и стресса.

**Цель работы.** Разработка мероприятий на основе инструментов позитивного маркетинга, которые могут быть использованы в деятельности гостиничного и ресторанного бизнеса УП «Санта Рест».

**Объект исследования.** Позитивный маркетинг как метод формирования эмоциональной связи с потребителем.

**Использованные методики.** Методики поиска первичной и вторичной информации, сравнительный анализ, аналитический метод, библиографический анализ, контент-анализ.

**Научная новизна.** Состоит в разработке мероприятий, основанных на инструментах позитивного маркетинга, для создания уникального положительного опыта, формирования эмоциональной связи бренда с потребителем.

**Полученные результаты и выводы.** Современные стратегии продвижения брендов важно строить на методах, способных вызвать эмоциональный отклик. Исследования показывают, что для оценки брендов потребители в первую очередь используют эмоции, а не информацию. Такой стратегический подход как позитивный маркетинг позволяет бренду фокусироваться на создании положительных эмоциональных связей с потребителем. В ходе работы было выделено несколько основных инструментов, позволяющих достичь брендам доверительных отношений с клиентами: сторителлинг, благотворительность, инклюзивность, event-маркетинг, контент в социальных сетях и персонализация. Использование данных методов способствует формированию долгосрочной эмоциональной связи, повышает уровень конкурентоспособности и лояльность к бренду, создавая позитивные ассоциации в сознании потребителя.

**Практическое применение полученных результатов.** На основе анализируемых данных были выделены основные инструменты позитивного маркетинга, вследствие разработан ряд мероприятий для УП «Санта Рест». Эффективное применение данных мероприятий играет важную роль в формировании эмоциональной связи с клиентами и укреплении их лояльности, способствуя увеличению продаж и развитию устойчивого имиджа бренда. В конечном итоге это ведет к созданию долгосрочных отношений с потребителями и укреплению позиций предприятия на рынке.