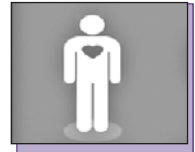


БЫТЬ УКРАИНЦЕМ СЕГОДНЯ: МОДА, ВЫНУЖДЕННОСТЬ ИЛИ НОВАЯ ЦЕННОСТЬ?

Мы видим, ощущаем и понимаем, что потребители поменялись и продолжают меняться. Зачастую мы смотрим вокруг и задаемся вопросом: Кто эти люди?! Что же изменилось в наших соотечественниках как в украинцах и гражданах, а что – как в покупателях и потребителях?



... стор. 4

ОГЛЯД ЗАКОРДОННИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ВПЛИВУ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ НА БЕЗПЕКУ ДОРОЖНЬОГО РУХУ

Були проаналізовані найвідоміші дослідження впливу зовнішньої реклами на безпеку руху на дорогах, що проводилися в Європі, США, Росії, та шукали відповіді на запитання: Чи відволікає увагу водіїв зовнішня реклама? Наскільки тривалим є таке відволікання? Наскільки це небезпечно для учасників дорожнього руху? Чи впливає зовнішня реклама на поведінку водіїв на дорогах?



... стор. 14

ОМОЛОЖЕНИЕ УКРАИНСКИХ БРЕНДОВ: КАК ПРАВИЛЬНЕЙ?

Задача омоложения украинских брендов впервые встала на повестку дня 4-5 лет назад. Главная причина: потребитель, для которого создавались украинские бренды в конце 90-х и в начале прошлого десятилетия, скажем, повзрослел-постарел, а новое поколение уже по-другому мыслит-чувствует. Бренды, стремящиеся быть современными, в свою очередь не хотят терять связь с молодым поколением.



... стор. 24

ЧЕРЕЗ ПРОЗОРИ ВІДНОСИНИ ДО ЯКОСТІ ПОСЛУГ: ФОРМУВАННЯ ЄДИНИХ КРИТЕРІЇВ ОЦІНКИ УПРАВЛЯЮЧИХ КОМПАНІЙ

В даній публікації надаються результати напрацювань експертної групи щодо критеріїв оцінювання управителів/управляючої компанії в сфері надання житлово-комунальних послуг.



... стор. 31

КАК ВЫСТРОИТЬ ВОРОНКУ ПРОДАЖ С ПОМОЩЬЮ FACEBOOK

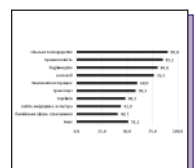
Преимущество рекламы в Facebook в том, что результат можно получить уже в первую неделю запуска рекламной кампании, и в этой статье вы узнаете, как интегрировать Facebook в вашу «воронку продаж», и почему многие маркетологи «проваливаются» при продвижении товаров или услуг в этой социальной сети



... стор. 42

ГЕНДЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ СПРИЙНЯТТЯ ЗОВНІШНЬОЇ РЕКЛАМИ

В статті на підставі результатів маркетингового дослідження зовнішньої реклами з гендерними ознаками виявлено фактори позитивного і негативного сприйняття змісту рекламного звернення.



... стор. 59

МАРКЕТИНГ в Україні

№ 4 (91), липень - серпень, 2015 рік

Передплатний індекс - 22942

ISSN 1606-3732

Редакційна колегія:

Павленко А. Ф., д.е.н., академік -
головний редактор

Лилик І. В., к.е.н., доцент -
заст. головного редактора

Бакушевич І. В., к.е.н.

Будзан Б. П., к.т.н.

Заруба В. Я., д.е.н.

Каніщенко О. Л., д.е.н.

Кравченко В. А., к.е.н.

Крикавський Є. В., д.е.н.

Крикунов М. В., к.т.н.

Мороз Л. А., к.е.н.

Онищенко В. П., д.е.н.

Окландер М.А., д.е.н.

Овсянніков Г.Г.

Паніотто В. І., д. філос.н.

Примак Т. О., д.е.н.

Решетнікова І. Л., д.е.н.

Решетілова Т. Б., д.е.н.

Романенко Л. Ф., д.е.н.

Старостіна А. О., д.е.н.

Циганкова Т. М., д.е.н.

Чурилов М. М., д. соц.н.

Яцишина Л.К., к.т.н.

«Маркетинг в Україні»

визнано фаховим виданням

з економічних дисциплін ВАК України

до липня 2015 року.

Інформаційно-правову

підтримку надає ІАС

“Парус-Консультант”

<http://consultant.parus.ua>

тел.: (044) 565-55-77



ЗМІСТ

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Наталія Бухалова

Быть украинцем сегодня: мода, вынужденность или новая
ценность? 4

Индустрия маркетинговых исследований в Украине глазами
компаний – клиентов 12

КОМУНІКАЦІЇ: РЕКЛАМА, PR

Мар'яна Лилик

Огляд закордонних досліджень впливу зовнішньої реклами
на безпеку дорожнього руху 14

МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ

Вадим Пустотин

Омоложение украинских брендов: как правильней? 24

Ольга Максименко

Через прозорі відносини до якості послуг: формування єдиних
критеріїв оцінки управляючих компаній 31

Анна Добривечер

Медиа измерения в Интернете. 38

ЗМІСТ

Андрей Зюзиков

Как выстроить воронку продаж с помощью Facebook 42

Евгений Щирин

Секреты и «фишки» email-маркетинга. Эффективные стратегии, доказавшие свою эффективность 46

Василий Шишов

Рассылай и властвуй. Как сделать письма в вашей рассылке максимально эффективными и продающими 50

ІНДУСТРІАЛЬНИЙ ҐЕНДЕРНИЙ КОМІТЕТ З РЕКЛАМИ

Робоча сесія

«Реґіональні Представництва Індустріального Ґендерного Комітету з Реклами: моніторинг гендерної політики» 55

Кампанія «До та Зараз» 56

Тетяна Решетілова, Сергій Довгань, Катерина Пілова

Ґендерні особливості сприйняття зовнішньої реклами 59

РЕГІОНАЛЬНІ ПРЕДСТАВНИЦТВА ІҐКР

Реґіональні представництва ІҐКР 71

МАРКЕТИНГ в Україні

Адреса редакції:

03680, Київ, пр. Перемоги 54/1
тел./факс: 0677758561, 0939576852,
0506102112
тел. 044 456-98-73
<http://www.uam.in.ua>
E-mail: umaukr@mail.ru

Верстка

Гарашук Г.Є.

Маркетинг-менеджер

Лилик М.С.

Автори інфографіки на 3 стор. обкладинки

Ірина Златова та Олена Давліканова

Засновник:

Всеукраїнська громадська організація
“Українська Асоціація Маркетингу”
Свідоцтво про державну реєстрацію –
КВ № 5533 від 19 жовтня 2001 р.

Видавець:

Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана

Рекомендовано до друку

Вченою радою КНЕУ.

Протокол № №109 від 17 вересня 2015 р.
засідання Вченої ради КНЕУ.

Підписано до друку 17 вересня 2015р..

Надруковано в ТОВ РА “Сьома грань”,
м. Київ, пр. Перемоги, 67.

Замовлення № 1821

Наклад 1500 прим.

Формат 60X80/16. Умов.-друк. арк. 5.

Повний або частковий передрук чи
запозичення матеріалів, надрукованих у
цьому виданні, допускається лише з
письмового дозволу редакції.

Відповідальність за зміст рекламних
матеріалів несе рекламодавець.

Українська Асоціація Маркетингу®