

**Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»
Факультет бизнеса и менеджмента
«Особенности использования инновационных маркетинговых практик в банковской
сфере»**

Азаркина Екатерина Дмитриевна

Научный руководитель: доцент ФТМИ, Соловьева Дина Витальевна
Москва, 2019

Маркетинговая деятельность в банковской сфере развивается очень стремительно, и именно в этой области зачастую используются наиболее инновационные маркетинговые меры, создаются маркетинговые стратегии, поражающие своей новизной и концептуальностью. Значимую роль здесь играет применение самых разнообразных инновационных маркетинговых практик от технологий дополненной реальности до следования последним тенденциям SMM продвижения. Поэтому в работе будет рассматриваться именно банковская отрасль, так как именно в ней наиболее четко прослеживается использование различных маркетинговых инноваций, которых в иных областях пока нельзя заметить.

Основной проблемой исследования является разнообразие маркетинговых практик, существующих сегодня, и то, как организации приспособливают свои маркетинговые стратегии к изменяющимся условиям внешней среды с помощью этих практик.

Цель работы – выявление особенностей использования современных маркетинговых практик в банковском секторе и выработка рекомендаций по совершенствованию своей маркетинговой деятельности для других компаний.

Основным результатом работы является классификация наиболее инновационных маркетинговых практик, которые используются в банковском секторе на сегодняшний день.

В связи с тем, что многие факторы деятельности предприятий банковской отрасли являются конфиденциальными, исследование строится на информации, полученной от работников компаний, а также из информации, находящейся в открытом доступе.

Результаты исследования будут актуальны для сотрудников банковской сферы, так как знание тенденций в маркетинге поможет формированию маркетинговой стратегии или же ее корректировке для улучшения ее эффективности в компаниях, а также для компаний других отраслей для совершенствования своей маркетинговой деятельности.

Следовательно, актуальность выбранной темы обоснована постоянными изменениями в сфере, необходимостью для компании подстраивать свои маркетинговые стратегии под эти условия и отсутствием актуальной общедоступной информации о маркетинговых мерах, применяемых в банковской отрасли.

Объект исследования – банки Москвы. Предметом исследования будут являться конкретные инновационные маркетинговые практики, используемые для продвижения компаний в рассматриваемой отрасли.

Для достижения поставленной цели были сформированы следующие задачи:

- Изучение инструментария современных маркетинговых практик;
- Анализ вторичной информации о маркетинговых практиках;
- Анализ рынка коммерческих услуг;
- Определение типов маркетинговых стратегий и практик, которые применяются банками в Москве;

Методология работы заключается в проведении качественного исследования. Основной метод – глубинные интервью с представителями маркетинговой деятельности московских банков. Вопросы интервью делятся на три основных блока. Первый включает в себя персональные вопросы, о самом респонденте, его образовании, должности, обязанностях и т.д. Второй - о маркетинговой деятельности банка в целом. В этот раздел

входят вопросы, связанные с различными маркетинговыми функциями, сотрудниками, выполняющими эти функции, рекламными кампаниями, маркетинговыми исследованиями. Третий раздел посвящен инновациям в маркетинговых практиках. Разделение вопросов на три основных сегмента помогает сформировать наиболее целостное понимание маркетинговой деятельности банков. Также проанализированы данные с сайтов банков, социальных сетей. Данный анализ помогает оценить удобство использования интерфейсов для клиентов.

Сегодня существует множество научных трудов, в которых рассматриваются конкретные современные маркетинговые практики используемые в различных областях. Однако полной классификации самых инновационных маркетинговых практик мало. Поэтому новизна исследования заключается в том, что оно описывает новейшие методики, представляющие большой интерес для компаний разных отраслей в настоящее время.