

## **МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ НА РЫНКЕ**

В настоящее время актуальной является проблема сокращения рынка декоративной косметики, решение которой невозможно без применения маркетинговых коммуникаций.

По данным проведенного исследования было выявлено, что 50 % девушек в возрасте от 19 до 35 лет пользуются белорусской декоративной косметикой. Из них 68 % считают, что белорусская декоративная косметика привлекательна ценой, 67 % уверены, что она натуральная и 83 % девушкам нравится эффект от ее использования.

В процессе проведенных кабинетных и полевых исследований были выявлены причины, по которым остальные 50 % девушек не пользуются белорусской декоративной косметикой. Чаще всего это обусловлено проблемами выбора: 10 % девушек говорят, что трудно подобрать тон, цвет, так как зачастую отсутствуют тестеры, 4 % жалуются на то, что косметика находится за витриной, 5 % девушек не хотят обращаться к консультанту.

Решением для вышеперечисленных проблем может стать приложение «Люстэрка», которое предназначено для помощи в выборе средств декоративной косметики.

Инновационность упомянутого приложения состоит в том, что пользователь загружает приложение, экран превращается в зеркало, где можно подобрать образ: цвет волос, тушь, помаду, румяна и другие средства. Далее приложение формирует предложение с ближайшими магазинами, где можно все это купить и указывает стоимость выбранных средств декоративной косметики. Оно предлагает различные наборы средств, исходя из предпочтений пользователя, оповещает о скидках и новинках.

Приложение соответствует трем ключевым факторам, которые способствуют тому, что клиент «приклеивается» к компании: автоматизация, инновационность, индивидуализация. Как следствие, видоизменяется классический путь, который человек проходит, принимая решение о покупке, путем сокращения этапов знакомства с товаром и его оценки.

Таким образом, описанные маркетинговые коммуникации с использованием вышеупомянутого приложения позволяет эффективно решить проблему выбора декоративной косметики.