



# **КУРСОВА РАБОТА**

**НА ТЕМА:**

**РАЗРАБОТВАНЕ НА ON-LINE МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГИЯ  
ПО ПРИМЕРА НА TURKISH AIRLINES**

**Изготвил:**

**Проверил:**

*София, 2017*

## **СЪДЪРЖАНИЕ:**

|   |           |
|---|-----------|
| <b>УВОД.....</b>                              | <b>3</b>  |
| <b>1. КРАТКО ПРЕДСТАВЯНЕ.....</b>             | <b>4</b>  |
| <b>2. ДИГИТАЛНИ МАРКЕТИНГОВИ РЕШЕНИЯ.....</b> | <b>4</b>  |
| <b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....</b>                        | <b>11</b> |
| <b>ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА.....</b>             | <b>12</b> |

## УВОД

Авиокомпаниите експериментират с онлайн маркетингови стратегии, за да се ангажират и свържат със своите клиенти.

Разкриват се следните седем тенденции, които авиокомпаниите използват, за да увеличат предпочитанията към марката и ангажираността на клиентите. Не е изненадващо, че тактичeskото изпълнение на тези тенденции е посредством социални медийни мрежи и мобилни устройства (смартфони и таблети). Едно е сигурно, че авиокомпаниите започват да разбират понятието „свързан пътник” и търсят новаторски начини за създаване на лоялност към марката.

Тези седем тенденции са<sup>1</sup>:

1. Микро събития - организирани събития на борда, вариращи от модни ревюта до голф предизвикателства и продуктови подаръци.

2. Cool tech - Авиокомпаниите, които приемат вътрешния си шум, предлагат нови приложения за пътуване за мобилни устройства.

3. Визуална култура - Възползвайки се от способността на мобилните устройства да улавят, подобряват и споделят визуално съдържание в социалните медийни канали, авиокомпаниите насърчават най-доброто "selfie." Каналът YouTube осигурява повече от 135 милиона показвания за един месец на Turkish Airlines на техния видеоклип "Kobe vs Messi Selfie Shootout".

4. Социални мрежи - Авиокомпаниите са привлечени от размера и силата на социалните мрежи като Facebook и Twitter. Някои предлагат специални тарифи за самолетни билети закупени извън традиционните места за дистрибуция като например през платформата Groupm.

5. Развиващи се пазари – със създаването на пътни истории, използващи емоционални връзки, авиокомпаниите популяризират дестинации и международни пътувания до и от нововъзникващите страни.

6. Иновация - това е подход за ниски разходи в маркетинга на продукти и услуги. Примери за това са безжичните зарядни устройства, които се намират в шезлонгите на клиентите, RFID таговете, които позволяват да проследяване на багажа и други.

7. Творчество - Неконвенционална реклама под формата на цифрови билбордове и графики на местата за продажби.

---

<sup>1</sup> <https://baileyburk.com/tag/turkish-airlines/>