Тема 9: Стратегічне партнерство та співпраця зі стейкхолдерами

Калюжна Юлія Вікторівна

Kalyuzhnaya.ju@gmail.com

1. Сутність стратегічного партнерства в маркетингу

- Довгострокова співпраця між компаніями для досягнення спільних цілей.
- Базується на взаємній довірі, вигоді та розподілі ризиків.
- Спрямована на підвищення конкурентоспроможності та інноваційність.
- Приклади: Apple & Nike, Coca-Cola & McDonald’s, Rozetka & Nova Poshta.

2. Форми стратегічного партнерства у цифровій економіці

- Цифрові альянси — спільна розробка технологій.
- Партнерські екосистеми — інтегровані мережі компаній (Amazon, Apple).
- R&D-співпраця — інноваційні лабораторії та стартап-інкубатори.
- Co-branding — спільні брендові кампанії (H&M × Balmain).
- Digital community-partnerships — онлайн-спільноти навколо бренду.

3. Управління взаємовідносинами зі стейкхолдерами

- Стейкхолдери — усі зацікавлені сторони: клієнти, працівники, партнери, громада, інвестори.
- Мета — баланс інтересів, побудова довіри, підвищення репутації.
- Ключові етапи: ідентифікація, оцінка впливу, комунікація, моніторинг.

4. Карта стейкхолдерів

- Високий вплив / високий інтерес - активна співпраця.
- Високий вплив / низький інтерес - регулярне інформування.
- Низький вплив / високий інтерес - підтримка та консультації.
- Низький вплив / низький інтерес - періодичне оновлення інформації.

5. Краудсорсинг у маркетингу

- Метод залучення спільноти для створення ідей, продуктів, рішень.
- Приклади: LEGO Ideas, Starbucks My Idea, Rozetka Forum.
- Переваги: інноваційність, економія ресурсів, лояльність клієнтів.

6. Ко-креація (спільне створення цінності)

- Клієнти стають співавторами бренду через співпрацю.
- Форми: опитування, тестування продуктів, участь у розробці контенту.
- Результат - підвищення залученості, персоналізація та довіра.

7. Інструменти побудови бізнес-екосистем

- CRM - управління клієнтами та партнерами.
- ERP / SCM - інтеграція виробництва, постачання та збуту.
- Data-sharing та API - обмін даними між партнерами.
- Blockchain - прозорість і довіра у транзакціях.

8. Приклади ефективного партнерства

- Apple × Mastercard - технологічна інтеграція (Apple Pay).
- Coca-Cola × WWF - екологічна співпраця.
- IKEA × LEGO - креативний продукт BYGGLEK.
- Google × Ford - smart mobility альянс.

9. Висновки

- Партнерство - ключовий інструмент конкурентоспроможності.
- Stakeholder management формує стабільність і довіру.
- Краудсорсинг і ко-креація стимулюють інновації.
- Бізнес-екосистеми забезпечують сталий розвиток.