

Логвинович Н.А.
магистр *экономических наук*
Троцковец А.М.
студент
УО «БГАТУ»
natulay@mail.ru
г. Минск, Республика Беларусь

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ ПОЛИТИКИ КАК УСЛОВИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аннотация: В статье рассматривается одно из важнейших условий повышения эффективности деятельности предприятия – коммуникативная политика. Обозначены направления совершенствования коммуникативной политики для достижения конкурентных преимуществ. Подчеркивается значимость контекстной рекламы, как гибкого механизма управления бюджетом.

Ключевые слова: коммуникативная политика, конкурентное преимущество, контекстная реклама, e-mail-рассылка, сайт.

Коммуникативная политика компании является важной частью её стратегического управления и успешного функционирования на рынке. Для ООО «БЕЛЭКОТЕХНИКА», предприятия, занимающегося производством и оптовой реализацией широкого спектра ветеринарных препаратов, готовых кормов и кормовых добавок для сельскохозяйственных животных и птицы, эффективная коммуникация как внутри компании, так и с внешними заинтересованными сторонами, является ключевым фактором для достижения конкурентных преимуществ.

На основании результатов проведенного исследования нами было определено, что ООО «БЕЛЭКОТЕХНИКА» определяет сайт, как основной инструмент продвижения. Исходя из этого, выявления проблем в данном направлении, и с целью повышения эффективности деятельности в ООО «БЕЛЭКОТЕХНИКА» полагаем, что для данного объекта исследования необходимо применение современных методов продвижения. На наш взгляд, необходимыми мероприятиями станут следующие.

1. Доработка сайта организации и его оптимизация. Исходя из того, что на сайте ООО «БЕЛЭКОТЕХНИКА» отсутствует оптимизация под расширения различных мониторов, мобильная версия, присутствуют технические ошибки, которые влияют на поисковую выдачу, упущенные запросы, и прочие недоработки, целесообразным будет

провести SEO-оптимизацию сайта ООО «БЕЛЭКОТЕХНИКА», которая будет заключаться в проведении технических работ, составлении семантического ядра (подбор запросов, по которым будет продвигаться сайт), выработке стратегии продвижения и работе над контентом.

Важной составляющей при проведении SEO-оптимизации станет непосредственно составление семантического ядра, которое является основой оптимизации. Необходимо будет точно определить по каким запросам пользователь может найти услугу, а для того, чтобы выстроить эффективную стратегию продвижения, необходимо будет определить частотность и конкурентоспособность запросов. Внутреннюю оптимизацию сайта ООО «БЕЛЭКОТЕХНИКА» необходимо провести в работе с контентом, распределении ключевых слов по страницам и настройке навигации.

Работа с качественным контентом при проведении оптимизации поможет нарастить ссылочную массу, которая станет третьим этапом продвижения. В качестве же поисковой системы целесообразно в данном случае использовать систему Yandex, т.к. именно данная система помогает в короткие сроки продвигаться по низкочастотным запросам. Главное в SEO оптимизации для сайта ООО «БЕЛЭКОТЕХНИКА» станет – максимальное представление всей продукции и услуг на первых позициях по запросам потенциальных покупателей.

2. Использование контекстной рекламы. Так как ООО «БЕЛЭКОТЕХНИКА» имеет достаточное количество конкурентов на рынке, использование контекстной рекламы с целью продвижения своей продукции является актуальным для ООО «БЕЛЭКОТЕХНИКА». Именно, благодаря контекстной рекламе сайт ООО «БЕЛЭКОТЕХНИКА» сможет появляться в верхних строчках поисковика, при введении пользователем запроса. Создать рекламную кампанию по продвижению ООО «БЕЛЭКОТЕХНИКА» можно при помощи Яндекс Директ. Преимуществом продвижения при использовании контекстной рекламы в ООО «БЕЛЭКОТЕХНИКА» станет очень гибкий механизм управления бюджетом, за счет ограниченности стоимости клика (перехода), количества переходов, суточной нормы показов и др.

Кроме того, использование личного рекламного кабинета позволит ООО «БЕЛЭКОТЕХНИКА» выставить дату начала и окончания рекламной кампании, время показа объявлений, географическое нахождение потенциальных покупателей и другие параметры.

При запуске контекстной рекламы в обязательном порядке для ООО «БЕЛЭКОТЕХНИКА» будет проведение А/В тестирование объявлений. А/В-тестирование – это один из самых простых и популярных методов маркетингового исследования. Его суть заключается в

том, чтобы при прочих равных условиях показывать аудитории несколько вариантов какого-то элемента рекламы или сайта. Например, текста объявления. Измерив для них статистику, можно выяснить, какой из вариантов больше нравится целевым пользователям.

Основными критериями оценки эффективности контекстной рекламы, которые необходимо будет применять ООО «БЕЛЭКОТЕХНИКА» станут: переходы на сайт по рекламе; звонки, заказы, подписки; доход от сделок, средний чек; кликабельность (CTR); процент конверсии; рентабельность (ROI).

3. Баннерная реклама. ООО «БЕЛЭКОТЕХНИКА», а в частности его рекламные баннеры необходимо будет добавить в каталоги и товарные агрегаторы.

Преимуществом продвижения ООО «БЕЛЭКОТЕХНИКА» в каталогах, агрегаторах и досках объявлений станет очень высокая посещаемость данных ресурсов, а за счет высоких рейтингов этих площадок предложения ООО «БЕЛЭКОТЕХНИКА» смогут присутствовать в топ-10 поисковой выдачи.

Для того, чтобы оценить эффективность каждого канала привлечения клиентов, ООО «БЕЛЭКОТЕХНИКА» необходимо в обязательном порядке отслеживать источники трафика на сайт. А источники звонков лучше анализировать при помощи коллтрекинга – программы, которая создает разные варианты телефонных номеров для размещения на разных площадках и впоследствии анализирует, по какому из них больше было телефонных звонков.

4. Применение e-mail-рассылки. Данный инструмент поможет ООО «БЕЛЭКОТЕХНИКА» информировать клиента об услугах и продукции предприятия; осуществлять сбор обратной связи (отзывов, решения конфликтных ситуаций, комментарии к услугам), информировать о новых услугах и акциях.

Для эффективной e-mail-рассылки ООО «БЕЛЭКОТЕХНИКА» необходимо собрать подписную базу, например, через форму на сайте, через социальные сети с призывом подписаться на рассылку и обещанием бонуса, путем сбора контактов потребителей услуг, которые пришли по другим каналам привлечения и непосредственно при реализации услуг в самой организации. Для более же удобного и быстрого использования данного канала, а также возможности измерения его эффективности, актуальным будет применение таких сервисов, как GetResponse, MailChimp, Aweber, UniSender, т.к. именно данные сервисы позволяют создавать вариативные цепочки писем в зависимости от даты подписки, геоположения, интересов, целевых действий и других характеристик аудитории.

Таким образом, на основании вышеизложенного, можно сделать вывод, что актуальными мероприятиями совершенствования процесса продвижения ООО «БЕЛЭКОТЕХНИКА» посредством инструментов интернет-маркетинга станет доработка сайта и его оптимизация; использование контекстной рекламы в Яндекс; размещение баннерной рекламы; применение e-mail-рассылки.

Список используемых источников

Логачева Н.А.
Соискатель
ФГБОВ ВО «МИРЭА-Российский
технологический университет»,
logacheva_natali@inbox.ru
г. Москва, Россия

УГРОЗЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНАМ РОССИИ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ИХ СНИЖЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ДАННЫХ

Приоритеты отечественной экономики в настоящий момент времени расставлены таким образом, чтобы обеспечить технологическое лидерство и повысить степень устойчивости под влиянием турбулентных событий в макросреде. Именно реализация новых мер по удержанию экономических темпов роста подталкивает к проведению стратегических изменений по всей иерархии системы управления, опирающихся на важнейшие документы национального развития, которые в оперативном порядке призваны уменьшать влияние новых вызовов.

К концу 2024 года завершает свою деятельность национальный проект по цифровой экономике[3], продолжением которого становится новый национальный проект (НП) «Экономика данных», рассчитанный до 2030 года и охватывающий основные аспекты жизнедеятельности (рис.1).

Основа реализации нового НЦ уже сформирована при реализации федеральных проектов, входивших в программу «Цифровая экономика», а именно: