

БАГМУТ І.О., студентка; НТУ «ХП»

БОРЗЕНКО В.І., к.т.н., доцент; НТУ «ХП»

ДОСЛІДЖЕННЯ ПІДХОДІВ ДО РОЗРОБКИ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Мінливість і непередбачуваність ринкового середовища, посилення конкурентної боротьби за споживача ставлять якісно нові завдання для управління збутовою діяльністю будь - якої підприємницької структури. Збутова діяльність являє собою сукупність взаємопов'язаних елементів, які спрямовані на задоволення потреб споживачів шляхом оптимального використання потенціалу організації і забезпечення на цій основі найвищої ефективності продажів [1]: максимального задоволення попиту споживачів, закріплення конкурентних позицій компанії на ринку, забезпечення чи збільшення необхідних обсягів продажів, підвищення фінансових результатів діяльності фірми, виходу компанії на новий ринок, виведення нового товару на ринок, утримання клієнтської бази і залучення нових клієнтів.

Збутова діяльність передбачає комплекс заходів по просуванню товару або послуги: створення позитивного іміджу організації в широких колах громадськості, рекламу, особисті продажі, постійні контакти продавця з покупцем, стимулювання збуту, сервісні послуги [2].

Сучасні підходи до управління збутовою діяльністю підприємства передбачають формування комплексної системи маркетингового планування, яка включає підсистеми стратегічного планування діяльністю підприємства.

В процесі операційної діяльності підприємства, виникає необхідність формування стратегії інтернет-брендингу, яка може складатися з наступних заходів: (табл. 1)

Таблиця 1- Перелік заходів для реалізації стратегії інтернет-брендінгу

Маркетингове дослідження цільової аудиторії та її ставлення до бренду
Створення Landing page – посадкової сторони у інтернет мережі та систематичне відстежування та і аналіз показників конверсії сайту
Створення офіційних сторінок підприємства у соц.мережах, системне управління та аналітика статистичних показників фолоувінгу охоплення цільової аудиторії
Генерація оригінального рекламно-розважального контенту для постінгу, шерінгу та просування зі сторінок у соціальних мережах
Запуск рекламної компанії у інтернет мережі: контекстна реклама та пошукове просування
Використання RR-заходів
Створення власного блогу підприємства і публікація аналітичних, оглядових, тематичних статей про сферу його діяльності із подальшою інтеграцією зі сторінками у соціальних мережах
Формування актуальних інтернет-програм лояльності, акційних пропозицій, пакетних знижок та бонусів

Використання Інтернет - мережі для здійснення брендінгу, як діяльності по розробці марки продукту, просуванню на ринок і забезпеченню її престижності, має ряд суттєвих переваг:

1) комунікаційні можливості - можливість надання великої кількості текстової, фото-, аудіо- та відеоінформації; можливість безпосереднього спілкування із споживачами (в соціальних мережах і блогах, за допомогою аудіозв'язку та відеозв'язку, моментальних повідомлень, електронної пошти і т.п.);

2) низька вартість. В будь-якому випадку витрати в розрахунку на одного лояльного споживача будуть нижче, ніж при використанні класичного брендінгу;

3) вимірюванність. Використання Інтернет - мережі дозволяє прогнозувати результати і відслідковувати статистику: наприклад, визначити кількість запитів у пошукових системах за ключовими словами,

з'ясувати, яка відвідуваність рекламних майданчиків, спрогнозувати CTR (Click-throughrate співвідношення кількості натискань і переглядів) банерів та контекстних оголошень;

4) оперативність - останнім часом саме інтернет став найбільш оперативним джерелом інформації у світі;

5) технологічність - активне використання сучасних інтернет-технологій у економічній діяльності; наявність у більшості підприємств сучасних мультимедійних сайтів; інтеграція в соціальні мережі, тощо.

Список літератури:

1. Гаркавенко С. С. Маркетинг : підручник. -5-те вид. доп. / С. С. Гаркавенко. - К. : Лібра, 2007. - 720 с.

2. Брассингтон Ф., Петтитт С. Основы маркетинга / Ф. Брассингтон, С. Петтитт. - М.: Бизнес Букс, 2014. - 536 с.