

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ЖУРНАЛА "ГЛАВНЫЙ БУХГАЛТЕР"

ООО "Агентство Владимира Гревцова" — крупнейшая в Республике Беларусь информационно-издательская компания, выпускающая 15 журналов. Наиболее известным является журнал "Главный бухгалтер". В настоящее время "Главный бухгалтер" — признанный лидер на рынке изданий для профессионалов. За период с 1997 г. по 2004 г. его тираж вырос с 5000 до 23 500 экземпляров.

При продвижении журнала "Главный бухгалтер" используются различные коммуникационные инструменты. Наибольший удельный вес в бюджете занимают расходы на рекламу (около 55 %). Используются следующие виды рекламы: на телевидении, в прессе, каталогах, метро, на радио, реклама в других журналах агентства Владимира Гревцова, сувенирная продукция.

Затраты на стимулирование продаж составляют около 15 % общего бюджета. Применяется как стимулирование подписчиков, так и каналов распространения журнала. Стимулирование подписчиков осуществляется за счет льготной подписки в редакции; розыгрышей призов среди подписчиков, конкурсов среди читателей журнала. В рамках стимулирования посредников проводится ежегодный конкурс почтальонов.

Личные продажи на предприятии представляют собой телефонный контакт с различными организациями с предложением оформить подписку в редакции. Расходы на личные продажи составляют в бюджете 5 %.

Расходы на PR-мероприятия составляют около 25 % общего бюджета продвижения журнала. Среди PR-мероприятий можно выделить следующие.

1. Ежегодное проведение конкурса "Лучший главный бухгалтер года".
2. Связь со СМИ: участие и организация пресс-конференций, на которых обсуждаются успехи и достижения журнала, написание статей в прессе и др.

Редакция журнала "Главный бухгалтер" принимает участие в выставках — "СМИ в Беларуси"; в ежегодной московской "Прессе". Агентство выступило инициатором и соучредителем первой в республике специализированной выставки по бухгалтерскому учету "Бухучет, аудит, бизнессофт" с 12 по 14 февраля 2004 г.

Коммуникационная политика журнала "Главный бухгалтер" может быть усовершенствована следующим образом.

1. Уделять больше внимания рекламе журнала на семинарах и конференциях бухгалтерской тематики, где собираются представители целевой аудитории.

2. Проводить семинары по наиболее актуальным бухгалтерским темам.

3. Организовывать выездные семинары в областных и районных центрах с целью увеличения продаж в регионах.

4. Предоставить льготную или бесплатную подписку библиотекам, общественным организациям, а также постоянным подписчикам.

6. Проводить конкурс "Письма наших читателей" на лучшую историю о том, как помог журнал "Главный бухгалтер".

7. Использовать прямую почтовую рассылку. В период подписной кампании рассылать рекламные макеты со счетами-фактурами крупным организациям, учебным заведениям, которые могут стать потенциальными подписчиками.

8. Для обеспечения доверия регионов обеспечить прямой контакт с потенциальными подписчиками и журналом "Главный бухгалтер" с помощью торговых агентов.

9. Вести контроль за эффективностью коммуникационной политики и каждого коммуникационного мероприятия в отдельности.

Реализация предлагаемых мероприятий позволит изданию в краткосрочной перспективе сохранять объемы продаж, а в долгосрочной — увеличить число подписчиков.

О.С. Гайдук
БГЭУ (Минск)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ПРОГРАММНЫХ ПРОДУКТОВ

Белорусский рынок информационно-правовых систем характеризуется жесткой конкурентной средой. Борьбу ведут четыре компании: ООО "Главный бухгалтер-Инфо", ООО "ЮрСпектр", ИПА "Регистр" и УП "Светоч-Инфо".

ООО "Главный бухгалтер-Инфо", УП "Светоч-Инфо" и ИПА "Регистр" предлагают рынку продукты, близкие по уровню качества и поэтому конкурируют между собой в одной ценовой категории. Высокие цены ООО "ЮрСпектр" обусловлены высоким уровнем качества предлагаемого рынку продукта, его техническим совершенством и опытом работы на рынке.

Цены ООО "Главный бухгалтер-Инфо" являются конкурентными, но превышают цены двух конкурентов. Основанием являются преимущества системы в области качественных параметров — высокое качество наполнения, высокий уровень сервисного обслуживания и др.

Анализ текущей рыночной ситуации показал, что каждая из конкурирующих компаний имеет свои особенности организации сервиса. В основе дифференциации лежит количество оказываемых дополнительных услуг, их качество, платный или бесплатный характер.

Особенностью позиционирования "Главный бухгалтер-Инфо" является наличие широкого спектра дополнительных услуг, оказываемых на высоком уровне, что выгодно выделяет компанию на фоне конкурентов.