

## ВЕБ-САЙТ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Интернет-маркетинг и маркетинговые составляющие сайтов приобретают всё большее распространение и значение в сети интернет ежегодно. Важной в стратегическом аспекте является возможность проведения с помощью сайта маркетинговых исследований, позволяющих оптимизировать стратегические цели компании и адаптировать их к векторам развития макросреды. Это обеспечивает организации конкурентное преимущество в виде гибкости и адаптивности к внешним факторам.

Существенную роль в успешном развитии компании в долгосрочной перспективе играют ее отношения с поставщиками ресурсов и торговыми посредниками (каналами сбыта продукции). Интернет-сайт может помочь сбалансировать и данную сферу стратегического целеполагания. В отношении организации поставок товароматериальных ценностей сайт может выступать не только как канал получения коммерческих предложений о поставке, но и как площадка для проведения тендеров на закупку крупных объемов сырья, материалов и комплектующих, т.е. компания может найти новых стратегических партнеров.

Особую роль для компании играет возможность коммуникации с конкурентами посредством сайта, который может выступать как площадка для обсуждения отраслевых проблем, обмена мнениями, опытом среди игроков рынка. Сегодня по масштабу открытых сетевых ресурсов можно судить о диапазоне возможностей и конкурентных преимуществах компании. Организации, которые не имеют веб-представительства, считаются аутсайдерами рынка.

Большее половины пользователей интернета критично относятся к компаниям, у которых нет сайтов или они неудачно реализованы. В качестве раздражающих факторов на сайтах можно отметить большое количество рекламы, невнимание и неуважение к посетителям, выражаемые неработающими ссылками, сложной навигацией и медленной загрузкой страниц, обязательная регистрация, плохая информативность сайта, отсутствие версий сайта на родном языке. Информативность и логичность сайта компании — это его цель, по которой оценивают и сам веб-ресурс, и компанию которой он принадлежит. Не менее актуальными остались ошибки в текстах, некрасивый, непривлекательный дизайн сайтов.

Сегодня многие компании начинают учитывать современные стандарты и улучшать свои веб-представительства в сети интернет, так как всё больше пользователей осваивают интернет и могут, заинтересовавшись компанией и её продукцией стать ее потенциальными клиентами.

Таким образом, грамотно созданный и раскрученный сайт компании позволит более эффективно организовать взаимодействие с клиентами, потенциальными заказчиками и партнерами, а также проводить исследования поведения потребителей, изучение их предпочтений и потребностей, формированию и поддержке позитивного имиджа компании, своевременному представлению важной информации, которая интересует посетителей.