

*Дроздов Д.Н.  
БГЭУ (Минск)*

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Сайт предприятия является комплексом мультимедийных технологий. Его создание включает несколько этапов.

Первым этапом создания сайта предприятия - является создание рабочей группы, которая приступит непосредственно к созданию сайта. Альтернативой создания такой группы является заказ создания сайта у фирмы, которая занимается web-дизайном. При заказе сайта у сторонней организации предприятие теряет контроль за сайтом и становится зависимым от фирмы, так как любое существенное изменение в дизайне или необходимость проведения оперативных исследований невозможно осуществить без специалистов разработчика web-сайта. Создание собственной группы, которая будет работать над сайтом выгодно не только в финансовом плане, но и подготовит группу специалистов, которая будет сопровождать проект и дальше.

Web-сайт в настоящее время является важным информационным ресурсом, а кроме того, он выступает эффективным средством представления информации об организации, ее товарах и услугах, партнерах, а также дает возможность осуществлять электронный бизнес (создать электронные магазины для клиентов предприятия и самого предприятия).

Для создание эффективного web-сайта необходимо:

- оценить необходимость ресурса;
- оценить финансовые возможности;
- сформулировать цели и задачи;
- уделить внимание созданию структуры информации, привлекательного графического дизайна, написанию текстов статей;
- спланировать, как будет осуществляться продвижение и поддержка сайта.

Сайт предприятия должен удовлетворять требованиям, предъявляемым разработчиками, экспертами, аналитиками, пользователями:

- создан с реальными целями;
- быстро загружается и удобен в навигации;
- тексты являются простыми и понятными;
- дизайн соответствует имиджу компании, а также запросам потребителей;
- сайт находится поисковыми системами и хорошо просматривается наиболее популярными браузерами;
- программные элементы надежно работают;
- имеются средства привлечения;
- регулярно обновляется.

Одним из важных моментов в создании сайта является разработка структуры информации.

Web-сайт в сфере телекоммуникаций выполняет следующие задачи:

- предоставление информации о деятельности предприятия, истории создания;
- предоставление полной информации об услугах;
- предоставление полной информации о тарифах;
- обеспечение интерактивного общения с соответствующими службами предприятия с целями:
  - оказание помощи клиентам;
  - разрешение спорных вопросов;
  - информирование клиентов о новых услугах, временных неполадках и так далее;
  - проведение маркетинговых исследований;
  - поиск квалифицированных кадров;
  - предоставление необходимой информации акционерам;
  - организация реализации товара предприятия.

Этот список не является исчерпывающим и полным - возможна его детализация.

Далее следует определиться с программным обеспечением (ПО): графические и текстовые редакторы, программы для редактирования html-кода и отладки программ на языках web-программирования. Затем следует организовать рабочие места для специалистов, приобрести необходимое ПО, компьютерную технику и техническую литературу. Очень важно поддерживать сайт в рабочем состоянии и не допускать его падения. И, наконец, можно организовать списки рассылки для посетителей сайта. Можно сформулировать следующие рекомендации по организации списка рассылки:

1. Необходимо предоставлять четкую информацию о тематике, формате, периодичности списка рассылки.
2. Нужно предусмотреть удобный и понятный механизм отписки от листа самим подписчиком.
3. Необходимо бережно относиться к списку адресов электронной почты подписчиков и не использовать их в других целях.
4. Желательно также при подписке просить пользователей заполнить небольшую анкету. Однако у подписчика должно оставаться право сохранить свою конфиденциальность. И последнее: необходимо создать и поместить на Web-сайт архив рассылок.

*Дроздова С.Н.  
БФ БГЭУ (Минск)*

### **УПРАВЛЕНИЕ КАНАЛАМИ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ**

Управление каналами распределения требует значительного времени и затрат товаропроизводителем. Оно включает выбор участников канала распределения, обучение пользованию и предложению продукта, установление системы связи и контроля и, наконец, установление деловых отношений с другими компаниями.