

Для дальнейшего совершенствования политики продаж необходимы:

- создание совместных региональных представительств на территории стран СНГ, ЕС и Турции;
- непосредственная работа с фирмами-производителями одежды, которые являются конечными пользователями продукции РУПТП «Оршанский льнокомбинат», без участия покупателей-оптовиков;
- привлечение потенциальных зарубежных партнеров – владельцев известных брендов готовой одежды к сотрудничеству;
- расширение объемов экспорта за счет поиска рынков сбыта на полульняной ассортимент продукции, а также жаккардовый ассортимент продукции, для одежных тканей, декоративных тканей и тканей для столового и постельного белья;
- расширение сети фирменных секций в розничной торговле Республики Беларусь;
- развитие собственного мелкосерийного швейного производства, разработка дизайнерских коллекций модной одежды для детализации и ценового сегментирования рынка готовой одежды Республики Беларусь;
- проведение тендеров на разработку комплекса рекламных мероприятий;
- совершенствование деятельности по материальному стимулированию сотрудников маркетинговой службы предприятия;
- организация подготовки и повышения уровня знаний сотрудников служб сбыта предприятия с использованием методической базы концерна «Беллегрпром», а также привлечением квалифицированных специалистов институтов и органов государственного управления.
- проведение открытого конкурса среди швейных предприятий концерна «Беллегрпром» по созданию коллекций женской, мужской и детской одежды из льняных тканей.

Синица М.А.

ГУ ВПО «Белорусско-Российский университет» (Могилев)

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММУНИКАЦИЙ

Наиболее значимыми подходами к управлению организацией являются управленческие процессами, происходящими внутри организации и управление процессами включения организации во внешнюю среду. Наиболее важным из них является подход, предполагающий использование корпоративного кино, ориентированного на формирование отношений. Слияние интернет-технологий с визуальными технологиями, смещения жанров дает дополнительный эффект. В итоге готовый продукт обладает самостоятельной эстетической ценностью, становится запоминающимся, интересным явлением. Фильмы являются отличными средствами для поддержания корпоративного духа, уместны и эффективны во всех случаях, когда необходимо за короткий временной интервал оказать воздействие на разрозненную, неоднородную аудиторию.

Рынок корпоративных фильмов находится на стадии формирования, но потенциал есть и за этим будущее. Поэтому менеджерам необходимо разобраться, какие виды корпоративных фильмов наиболее приемлемы для их организаций, как изыскать средства и каким образом эти фильмы лучше использовать.