

СОЗДАНИЕ ТЕНДЕРНОЙ ПЛАТФОРМЫ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ И ПОИСКА РЕКЛАМНЫХ УСЛУГ

Аутсорсинг рекламных услуг набирает все большую популярность в Беларуси. Такое решение очень выгодно для мелких фирм, у которых не всегда есть средства для штатного маркетолога или для полноценного отдела маркетинга, а также для крупных компаний, которые хотят доверить крупную рекламную кампанию более опытной и креативной фирме, оставив своим сотрудникам решение локальных вопросов.

В Беларуси практика поиска контрагентов для создания рекламы осуществляется следующими способами:

1. Фирма формирует техническое задание, в котором формулирует, что она хочет от мероприятия, в каком формате, бюджет и другие характеристика, далее данный файл рассылается по агентствам и фирмам, с которыми она когда-либо сотрудничала.

2. Организация выкладывает в соцсетях объявление о том, что ищет подрядчиков, партнеров для определенного мероприятия, указав контактную информацию — популярно среди очень мелких фирм.

3. Организация, которой требуются рекламные услуги, сотрудничают с популярными платформами «tut.by». «marketing.by» и др.

4. Фирма, которая не имела большого опыта работы с рекламными, креативными и иными агентствами, с помощью рекомендаций, возможностей Интернета, самостоятельно осуществляет поиск партнеров по своим субъективным критериям качества.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что в Беларуси не хватает тендерной платформы для поиска рекламных контрагентов, которые могут быть представлены как полноценными агентствами, так и самостоятельными фрилансерами. Наличие такой платформы создаст благоприятные условия для всех сторон, которые будут контактировать с ней. Для мелких фирм, ИП, фрилансеров, которые предлагают рекламные услуги, — возможность показать себя, повысить свою репутацию, прибыльность, путем участия в рекламных кампаниях крупных фирм наработать опыт и портфолио. Для фирм-заказчиков — возможность найти новые идеи в рекламной сфере, выбрать более приемлемый для себя способ проведения рекламных мероприятий. Кроме того, такая платформа имеет множество плюсов и для малого бизнеса, у которого нет опыта работы с агентствами, соответственно, нет возможности выбрать из уже имеющейся базы, а также нет больших бюджетов для работы с крупными успешными партнерами.

Стоит отметить, что в Беларуси есть платформа для проведения тендеров «Icetrade», однако в данной платформе есть ряд недостатков. Что касается рекламной деятельности, она не популярна среди рекламных агентств, данная площадка более актуальна для тендеров на закупку товаров, сырья. Кроме того, рынок рекламных услуг достаточно широк для того, чтобы выделить его в отдельную платформу. При создании такой платформы необходимо перенимать зарубежный опыт использования тендерных платформ для продвижения и поиска рекламных услуг: российский, польский, американский и др.

Создание тендерной платформы станет еще одной ступенькой для развития рынка рекламы в Беларуси, что в конечном счете приведет к увеличению прибыльности и престижности белорусских организаций и предприятий.

А.Б. Макаревич
БГЭУ(Минск)

Научный руководитель — Л.С. Климченя, канд. экон. наук, доцент

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ВЫБОР ЭЛЕКТРОННЫХ МАГАЗИНОВ

Электронный магазин — специализированный сайт, с помощью которого можно в интерактивном режиме покупать или продавать товары и услуги, предварительно ознакомившись с информацией об этих товарах (услугах) [1]. Самый важный вопрос — это безопасность данных и гарантии качества товаров. Продавец выдает гарантии на свои товары, обеспечивает покупателей уверенностью в том, что оплаченные товары обязательно достигнут своих адресатов. Обязанности продавца заключаются в том, что при продаже товаров по образцам через интернет-магазины до сведения потребителя должна доводиться следующая информация: наименование продавца (фирменное наименование); место его нахождения; режим работы; информация о товаре, и многое другое. Потребитель, которому продан товар ненадлежащего качества, если его недостатки не были оговорены продавцом, вправе потребовать на выбор замены недоброкачественного товара товаром надлежащего качества [2].

Немаловажен для потребителей электронных магазинов комфорт. Пожалуй, это одна из самых мощных причин совершения покупок онлайн. При покупке онлайн, каким бы тяжелым товар ни был, не нужно заботиться о его доставке (надо только выбрать вариант из предложенных). Еще одна положительная черта электронного магазина — это более демократичные цены. При этом в онлайн-магазинах покупатели читают отзывы о товарах. Это помогает