

Д.А. Шошина
Научный руководитель — А.А. Гуртовой
БГЭУ (Минск)

РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ БГЭУ С АБИТУРИЕНТАМИ С ПОМОЩЬЮ КОРПОРАТИВНОГО САЙТА

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что на сегодняшний момент интернет-маркетинг стал тем неотъемлемым направлением маркетинга, без которого сложно представить продажу продукта или услуги в современном мире. Одним из главных каналов коммуникаций при выбранном направлении является сайт компании. Причин этому несколько. В первую очередь при большом разнообразии средств коммуникации сайт помогает быстрее всех других сформировать представление о вузе и объяснить, почему наш вуз лучший в своей сфере, предоставить необходимую информацию абитуриентам, студентам и преподавателям.

В процессе выполнения исследования был проведен анализ, основанный на собственных оценках и анализе мнений студентов и абитуриентов относительно сайта БГЭУ, с последующими рекомендациями по модернизации и совершенствованию сайта. А также проведен сравнительный анализ сайта БГЭУ с сайтами конкурентов, в результате которого можно констатировать, что сайт БГЭУ обладает значительным потенциалом, но в определенных моментах требует серьезного развития функционала.

Результатом исследования стали рекомендации по развитию коммуникативных функций сайта, которые должны позитивно отразиться на поведенческих характеристиках сайта и, как следствие, стать одним из факторов поисковой оптимизации сайта университета и обеспечить дополнительный приток органического трафика. Если абитуриент, заходя на сайт БГЭУ, находит ответ на свой вопрос, поисковая система будет сама продвигать ресурс. Для продвижения сайт должен обладать нужной информацией, размещенной в соответствии с правилами поисковых машин, а также возможностью, чтобы другие интернет-ресурсы активно ссылались на контент сайта университета.

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что сайт стал необходим студентам и абитуриентам для получения всей требуемой им информации. Также сайт является средством продвижения услуг — обучения в ведущем экономическом вузе страны. В результате внесения изменений сайт становится эффективным многоцелевым инструментом для продвижения продукта. Качественный сайт создает ценный опыт для клиента, который в конечном счете положительно влияет на маркетинговую кампанию нашего университета. В отличие от привычной модели маркетинга интернет-маркетинг требует решений на границах экономических и технических

решений. Внедрение разработанных рекомендаций позволит создать качественный контент, который соответствует запросам абитуриентов и их потребностям, что, в свою очередь, приведет к дополнительному вовлечению заинтересованных в получении образовательных услуг абитуриентов.

Источник

Белорусский государственный экономический университет [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.bseu.by/>. — Дата доступа: 15.04.2021.