

sowohl von externen als auch von internen Problemen diktiert wird. Soziopolitische und wirtschaftliche Instabilität, die Bedrohung der zivilen Sicherheit sind ein Anreiz der Bildung eines territorialen Raums, der auf Sicherheit, Freiheit und Gerechtigkeit beruht. Jeder Phase des europäischen Aufbaus geht die theoretische Ausarbeitung von Wegen, Formen und Methoden der Entwicklung voraus, die anschließend in eine bestimmte politische Strategie umgewandelt werden.

X. Pilipejko

К. Ю. Пилипейко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель В. А. Шевцова

MARKETINGKOMMUNIKATION UND PR-AKTIVITÄTEN AM BEISPIEL DER GMBH «SOLVEIT»

Маркетинговая коммуникация и PR-деятельность на примере ООО «Солвит»

Die modernen Bedingungen der belarussischen Marktwirtschaft bestimmen die Bedeutung der Marketingkommunikation und PR-Aktivitäten des Unternehmens. Die Marketingkommunikation (Öffentlichkeitsarbeit) ist ein System von Beziehungen, das auf den Ressourcen «Vertrauen» und «Transparenz» basiert ist. Das PR-System prägt die öffentliche Meinung, gesellschaftliche Werte und Überzeugungen und kann nur erfolgreich funktionieren, wenn zuverlässige Kanäle der Öffentlichkeitsarbeit vorhanden sind. Zu den wichtigsten Kommunikationskanälen gehören zwischenmenschliche Kommunikation, traditionelle Medien und elektronische Kommunikation.

Das Ziel dieser Forschung ist es, die Eigenschaften und die Wirksamkeit von PR-Kampagnen von der GmbH «SolveIt» ganzheitlich zu betrachten und zu analysieren.

Der Gegenstand der Untersuchung sind Marketingkommunikation und PR-Aktivitäten der GmbH «SolveIt».

In der Arbeit wurden solche **Forschungsmethoden** wie SWOT- und PEST-Analyse und Umfragen (face-to-face) verwendet.

Moderne Unternehmen verwenden PR-Technologien, um die öffentliche Meinung zu bilden. Die Verwaltung der PR-Prozesse erfolgt durch die Verteilung der Informationen. Die theoretische Grundlage des PR-Managements sind PR-Konzepte und Kommunikationsmodelle. Die wichtigste Aufgabe von PR besteht darin, eine stabile Beziehung zwischen der Unternehmenskultur und der Öffentlichkeit zu

schaffen und sie zu pflegen. Die PR-Kampagnen sind eine Reihe von Aktionen, die die Beziehung verschiedener Gruppen zu einem Unternehmen bilden. Aktuelle PR-Veranstaltungen unterstützen die Meinung der Öffentlichkeit gegenüber dem Unternehmen.

Die vorbereiteten PR-Informationen werden in einer Form zur Verfügung gestellt, die für die Öffentlichkeit geeignet ist. Diese Information hat Einfluss auf die Gesellschaft und verändert ihre Meinung. Die Informationen werden über Feedback-Kanäle übertragen und zur Anpassung des Aktionsplans verwendet. So stellt dieses Modell die Grundidee von PR – bilateralen Charakter und die Harmonie der Beziehungen zwischen Unternehmen und Gesellschaft zu schaffen.

Besonderes Augenmerk wird bei der Entwicklung einer PR-Kampagne auf die Definition von Zielgruppen gelegt. Die Wirksamkeit hängt von den Eigenschaften des Publikums ab. Die Bewertung der Ergebnisse der PR-Kampagne wird nach den folgenden Kriterien durchgeführt: Erfolg der Kommunikation und die Wirksamkeit der Information.

Die Strategie des Marketings der GmbH «SolveIt» basiert auf der Förderung der Dienstleistungen und der Stimulierung des Vertriebes. Im Unternehmen gibt es keinen Werbedienst. Die Verantwortlichkeiten für die Platzierung von Werbung werden von einem Marketingspezialisten übertragen. Die GmbH «SolveIt» verwendet solche Elemente der Kommunikationspolitik wie Werbung, Verkaufsförderung, Öffentlichkeitsarbeit und persönlicher Verkauf.

Die Hauptaufgaben des Systems der Kommunikation in der GmbH «SolveIt» sind die Versorgung der stabilen Lage des Unternehmens auf dem Markt und die Bildung des günstigen Images in der Gesellschaft. Die gestellten Aufgaben werden mit Hilfe der folgenden Veranstaltungen gelöst: Verbreitung von gedruckten Werbematerialien und Teilnahme an Ausstellungen.

Wegen der Corona-Pandemie wurden im Jahr 2020 von der GmbH «SolveIt» nur einzelne Elemente der PR-Technologien verwendet und nämlich, die Veranstaltungen für die Bildung des guten Rufs. Es wurde festgestellt, dass die effektivsten Elemente der Kommunikationspolitik sind Werbung und Verkaufsförderung. Dabei gilt die Arbeit mit den Kunden mittels des telefonischen Interviews und der Versendung der Fragebögen als die Hauptmethode der Öffentlichkeitsarbeit im Unternehmen. Zu den effektiven Möglichkeiten der Öffentlichkeitsarbeit gehört auch die Teilnahme an Ausstellungen und Messen.

Fazit. Unter Berücksichtigung der durchgeführten Analyse wurden auch einige Maßnahmen in diesem Zusammenhang vorgeschlagen:

- Entwicklung und Organisation einer PR-Abteilung;
- Durchführung einer Wohltätigkeitsveranstaltung – die Überweisung von 30 % des Unternehmensgewinns an einem bestimmten Tag an ein Waisenhaus. Dies könnte dazu führen, dass dank dieser PR-Aktivität im Laufe des Jahres der Umsatz der GmbH „SolveIt“ um 3,2 % steigen würde.