

*Мещерякова Александра Евгеньевна*

студентка

ФГАОУ ВО «Самарский национальный исследовательский  
университет им. академика С.П. Королева»

г. Самара, Самарская область

## **ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ КОМПАНИИ**

*Аннотация:* в данной статье рассматривается практическая сторона вопроса маркетинговых коммуникаций, основываясь на компании, занимающейся промышленной и многоэтажной застройкой.

*Ключевые слова:* маркетинговые коммуникации, рекламная кампания, разработка и запуск Интернет-сайта.

На основании предложенной характеристики, существующих в ООО СК «Лидер» маркетинговых коммуникаций, можно предложить следующие направления их совершенствования: разработка и запуск собственного Интернет-сайта; использование Интернет-рекламы.

Необходимо заказать создание сайта компании. На первых этапах перед созданием сайта необходимо четко определить цели создания сайта и его вид. Нужно четко определить формат сайта – это сайт-визитка или максимально информативный сайт, который будет использоваться как инструмент маркетинговой деятельности организации.

С точки зрения маркетинговых коммуникаций сайт компании представляет собой определенный набор информационных блоков и инструментов, сформированный с целью организации взаимодействия с целевой аудиторией компании, которая может в последствии перейти из потенциальных в реальных клиентов или партнеров. Именно исходя из этого, принципиальным является вопрос о том, какая информация и в каком виде будет размещена на сайте компании. Также весьма важным являются вопросы технического конструирования и оформления сайта.

Таким образом, корпоративный сайт предприятия – это виртуальное представительство компании во всемирной сети Интернет.

Именно на сайт компании размещают ссылки при проведении различных рекламных мероприятий, а в случае его отсутствия любая рекламная кампания в значительной степени снижает свою эффективность.

Курировать работу сайта будет генеральный и технический директора.

Одним из важнейших этапов создания веб-сайта является разработка дизайна проекта. Он определяет лицо сайта и свидетельствует о профессионализме его создателей. Основными правилами при разработке дизайна являются: целесообразность; функциональность и эргономичность.

Постепенное создание и расширение сайта будет наиболее приемлемым, поскольку необходимо, чтобы вложенные в него деньги, со временем окупились и начали приносить прибыль. Построив большой узел, необходимо его поддерживать информацией, выкладывать на него материалы, устраивать интерактивы с пользователями и т. д. На сайте в будущем можно установить систему обмена баннерами (Интернет-рекламой), что дополнительно привлечет к нему рекламодателей.

Сразу же после запуска сайта в работу необходимо провести рекламную кампанию по его популяризации.

Основные разделы, необходимые для размещения на сайте: связь с менеджером в режиме онлайн; режим работы организации, схема проезда, контактная информация; основные проекты компании; моделируемые чат и форум, на которых посетители сайта могут обмениваться своими мнениями о деятельности предприятия; основные типовые проекты, предлагаемые к реализации, прайс-листы, сроки и особенности реализации;

После проведения анализа предлагается остановить свой выбор на Yandex.Direct, который представляет собой контекстный сервис наиболее популярной поисковой системы.

В настоящее время Yandex.Direct по праву относится к числу лидеров в рамках эффективности среди других аналогичных систем контекстной рекламы.

Предлагается стандартный вариант размещения контекстной рекламы, который предполагает вывод отклика в левой колонке в результатах поиска.

Данный вариант пользуется наибольшей популярностью, чем спецразмещение, которое располагается вверху страницы. Это вызвано тем, что стандартный вариант сочетает в себе большие возможности таргетинга с достаточно либеральной ценой.

Все вопросы, касающиеся технической поддержки, обновления и промоушена сайта берет на себя создатель данного каталога – партнерская программа UMI White label.

Таким образом, привлечение потенциальных клиентов компании является одной из главных функций бизнес-сайта компании и для достижения разрабатываемый и функционируемый сайт должен содержать все необходимые для этого инструменты. То есть на сайте должна размещаться исчерпывающая информация о стоимости и сроках выполнения работ, акциях, отзывах клиентов, информация о клиентах компании. Таким образом, сайт компании должен давать максимально исчерпывающую информацию об услугах компании и работать на информирование клиентов с опережением.

### *Список литературы*

1. Горбунова М.А. Маркетинговые коммуникации как инновационный инструмент управления бизнесом в современных условиях экономики / М.А. Горбунова, О.О. Дроботова // Молодой ученый. – 2017. – №1. – С. 191–193.

2. Каменева Н.Г. Маркетинговые исследования: учеб. пособие по спец. «Маркетинг» / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. – М.: Вузовский учебник; Инфра-М, 2018. – 437 с.