(cc) BY

Бауэр Владислав Игоревич
студент
Елабужский институт (филиал)
ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет»
г. Елабуга, Республика Татарстан

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПРИЕМ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ ЧЕРЕЗ ОФИЦИАЛЬНЫЙ САЙТ ТРАНСПОРТНОЙ КОМПАНИИ

Аннотация*: проблема продвижения транспортных услуг в отечественной литературе и периодике представлена достаточно ограниченным набором статей, включающих только общие теоретические выкладки. В литературе также не рассматривалась реклама как основной элемент продвижения услуг. В статье предпринята попытка акцентировать внимание на разработке политики продвижения и оценке ее эффективности.*

Ключевые слова*: транспортные услуги, транспортная компания.*

Современный маркетинг представляет собой область экономической науки, рассматривающей процесс создания, производства и реализации товаров и услуг в интегрированной совокупности, направленной на выявление требований потребителей и определение возможностей их удовлетворения в конкретных условиях рыночной среды. Основной принцип, действующий на всех стадиях маркетинга, принцип обратной связи между производителем услуг и потребителями. Маркетинг как рыночная концепция управления позволяет организовать производство и сбыт услуг таким образом, чтобы обеспечить максимально возможную сбалансированность спроса и предложения в конкретных условиях рыночной конъюнктуры.

Цель маркетинга – обеспечить стабильную прибыль и развитие бизнеса – может быть достигнута с помощью системы прикладных знаний, формализующей покупательный процесс взаимодействия производителя товара и покупателя.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

В течение нескольких последних лет сфера транспортного обслуживания быстрыми темпами набирает популярность, а, следовательно, на рынке логистических услуг появляется и закрепляется множество транспортных компаний, предлагающих различные наборы услуг.

Маркетинг транспортных услуг – это совокупность мероприятий, направленных на эффективное удовлетворение потребностей клиентов в транспортных услугах и на продвижение транспортных услуг на рынок.

Потенциальными клиентами транспортной фирмы могут быть как физические лица, индивидуальные предприниматели, так и юридические лица. При этом все группы потребителей, выбирая транспортную компанию, опираются на определенные критерии, которые в основном сводятся к следующим: опыт работы перевозчика, длительность его пребывания на рынке, известность и репутация на рынке; финансовая стабильность грузоперевозчика; наличие собственного автопарка.

Основой деятельности транспортных предприятий является обеспечение материальных потоков, куда относится прежде всего перевозка грузов. Особенность услуги грузоперевозки, заключающаяся в том, что она привязана непосредственно ко времени и месту её оказания, не позволяет каким-либо образом накапливать её с целью реализации в дальнейшем на более выгодных условиях. Следовательно, маркетинг в транспортной логистике в определенной степени отличается от маркетинга производственных предприятий и торговых фирм.

Сегодня любая транспортная компания, которая имеет свой сайт, получает ряд серьезных преимуществ перед конкурентами, не представленными в Интернете. Точно также хорошо известная в глобальной сети фирма, специализирующая на грузоперевозках или других транспортных услугах – это гарантия дополнительных заказов и новых клиентов. Поэтому сегодня услуга продвижения сайтов данной тематики очень актуальна и востребована.

Для раскрутки в Интернете компании, специализирующейся на грузоперевозках, можно использовать такие инструменты, как:

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

– поисковая оптимизация и продвижение. Этот инструмент гарантирует стратегические результаты при относительно небольших вложениях, но и первые результаты придут не сразу;

– контекстная реклама – этот инструмент дает практически моментальную отдачу;

– рекламная деятельность на тематических площадках – форумах, блогах, веб-ресурсах;

– почтовые рассылки с оповещением как лояльных, так и потенциальных клиентов о различных новостях в сфере грузоперевозок, акциях и выгодных предложениях от компании;

– иные рекламные инструменты, в том числе и используемые в офлайн – спонсорство, проведение PR-событий, размещение информации в региональных и городских справочниках и т. д.

Проанализировав ситуацию на рынке, конкурентов и целевую аудиторию, и затем выделив возможные каналы привлечения клиентов. Для достижения максимального результата есть ряд комплексных продвижение с использованием всех выше рассмотренных способов:

– оптимизация и доработка сайта;

– SEO-продвижение;

– контекстная реклама;

– продвижение в социальных сетях.

Работу следует начинать с усовершенствования сайта и наполнения его контентом. Туда же входит SEO-продвижение. Работая над ним, следует сначала проанализировать и собрать наиболее частотные целевые запросы в Яндекс и Google. Схожие запросы объединить и разделить по группам и составить семантическое ядро сайта.

Транспортная компания, специализирующаяся на грузоперевозках, зависима от клиентов, которые заказывают услуги. Сегодня покрытие Интернета на просторах СНГ уже превышает 50% от всего активного населения, поэтому оставлять без внимания столь большую аудиторию было бы ошибкой. SEO-

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

продвижение фирмы по тематике грузоперевозок и транспортных услуг – это возможность при относительно небольших вложениях средств заполучить новых клиентов.

Советы для SEO-продвижения сайта:

1. Добавляйте ключевые слова, по которым клиенты ищут ваши услуги в интернете. Страницы с ключевыми запросами высвечиваются в первых позициях поисковых систем.

2. Из этого вытекает следующий пункт. Не стоит перенасыщать страницы сайта ключевыми словами и запросами. Текст должен быть читаемым и интересным для пользователей.

3. Добавьте мобильную версию сайта. Все больше людей используют для выхода в интернет телефон. Если сайт не адаптирован под мобильную версию и неудобен в использовании, клиенты уйдут на страницу конкурентов.

4. Оптимизируйте скорость загрузки страниц на сайте. Идеально, если страницы будут загружаться за 1 секунду. Это не только хорошо влияет на ранжирование в поисковых системах, но и выделяет вас перед конкурентами.

5. Регулярно наполняйте сайт интересной и полезной информацией. Можно добавить новостной раздел, делиться полезными советами, отвечать в статьях на частые вопросы клиентов. Поисковые системы в первую очередь показывают страницы тех сайтов, на которых информация обновляется, публикуется новый контент.

Таким образом, можно сделать вывод, что в современном мире продвижения транспортных компаний наиболее продуктивно через их официальный сайт, который оформлен с использованием эффективных маркетинговых приемов.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)