

Чевардина Яна Владимировна

студентка

Научный руководитель

Рачек Светлана Витальевна

д-р экон. наук, профессор, заведующая кафедрой

ФГБОУ ВО «Уральский государственный

университет путей сообщения»

г. Екатеринбург, Свердловская область

РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ДЛЯ ДИРЕКЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ СВЕРДЛОВСКОЙ ЖЕЛЕЗНОЙ ДОРОГИ- ФИЛИАЛА ОАО «РЖД»

***Аннотация:** в современных условиях современного наблюдается устойчи-
вая тенденция роста и развития предприятий в совершенно разных сферах. Сле-
довательно, уровень конкуренции также растет. Для развития и оптимизации
бизнеса нужно приложить максимальные усилия, провести разработку эффек-
тивного плана по реализации желаемых задач. В связи с этим особое значение в
коммерческой деятельности приобретает значение и разработка маркетинго-
вой стратегии.*

***Ключевые слова:** маркетинговая стратегия, SMM-продвижение, SEO-про-
движение, стратегия, предприятие, маркетинг, развитие.*

Анализ существующих каналов продаж применительно к сегментам рынка, в которых работает Дирекция, а также анализ современных тенденций в сфере продаж показал, что для увеличения реализации услуг Дирекции социальной сферы, необходимо в маркетинговой стратегии опираться на каналы, связанные с продвижением в интернете.

У Дирекции существуют 4 интернет-сайта и 10 групп в социальных сетях. Эффективная работа которых возможна лишь при правильном SEO- и SMM-продвижениях.

SEO-продвижение подразумевает оптимизацию самого сайта, наполнение его интересным качественным содержанием и обеспечение комфортного добавления этой информации в социальные сети.

SMM-продвижение – это действия маркетолога в самих сетях. Участие в форумах, дискуссиях, размещение публикаций, рекомендации друзьям интересных статей, событий, мероприятий [1]. В таблице 1 представлены основные плюсы и минусы SMM- и SEO-продвижения.

Таблица 1

Плюсы и минусы SMM- и SEO- продвижения [2]

Вид продвижения	Плюсы	Минусы
SMM-продвижение (раскрутка)	- низкая стоимость; - высокая вирусоемкость; -хорошие перспективы развития; - невысокая конкуренция	- неразвитая аналитика; - контроль со стороны модераторов сетей; - потребность в администрировании;
SEO-продвижение (раскрутка)	-после выхода в ТОП трафик сохранится надолго (как минимум на несколько месяцев), даже если остановить продвижение; -затраты фиксированы (обычно в договоре указана месячная сумма) и вырасти в будущем не могут; -привлекается бесплатный трафик по широкому семантическому ядру.	-трафик из поиска пойдет не сразу, а через 2–3 месяца; -много мошенников, предлагающих SEO-услуги; -высока вероятность не достигнуть ТОПа в планируемые сроки; -проблематично продвинуть одностраничные сайты и сайты на FLASH.

Для продвижения SEO- и SMM-маркетинга необходимо большое количество времени, ресурсов и грамотных специалистов. В настоящее время большинство успешных компаний, стремясь сократить свои затраты по продвижению и получить максимальный эффект, предпочитают передавать SEO и SMM продвижение на аутсорсинг. Это значительно экономит время и есть гарантия получения максимального результата. В таблице 2 представлены положительные и отрицательные факты передачи SEO и SMM продвижения на аутсорсинг.

Таблица 2

Положительные и отрицательные факты передачи SEO и SMM
продвижения на аутсорсинг

Плюсы	Минусы
- снижение издержек; - возможности масштабирования; - экспертность; - взгляд со стороны; - фиксированная стоимость.	- риск сотрудничества со сторонней фирмой; - слабое знание специфики деятельности организации.

Рассмотрим более подробно все плюсы и минусы [3].

1) снижение издержек. Нет необходимости нанимать человека в штат и платить ему месячный оклад, средний размер которого по рынку, может быть немалым. Организация платит только по факту, за выполненную работу;

2) возможности масштабирования. При работе по модели аутсорсинга это не является проблемой, в отличие от ситуации, когда используются только внутренние ресурсы. Можно получать больше человеко-часов, в меру роста потребностей;

3) экспертность. Поисковая оптимизация является сложной и быстроразвивающейся областью. Нужно быть в курсе последних изменений и постоянно изучать новые тенденции. Только люди, которые профессионально работают в этой области, могут обеспечить требуемый уровень экспертности;

4) взгляд со стороны. Привлечение специалистов со стороны позволяет взглянуть на многие вещи под другим углом, и открыть новые возможности для развития;

5) фиксированная стоимость. Работа с почасовой оплатой за выполнение задач, облегчает планирование в финансовом отношении. Также, становится проще оценить отдачу от инвестиций.

Основной риск при работе по модели аутсорсинга – использование услуг другой компании это как покупка «кота в мешке». Если ранее не было совместного опыта сотрудничества, всегда есть вероятность, что в определенный момент что-то пойдет не так.

Два подрядчика, работающие в одной и той же ценовой категории, которые обещают решение одних и тех же задач, могут, в результате, обеспечить совершенно разные результаты. Для избегания подобной ситуации, нужно ориентироваться в первую очередь не на цену, а анализировать схему работы: достаточно ли прозрачны процессы взаимодействия, используются ли KPI для адекватной оценки результатов.

Компании, занимающиеся SMM- и SEO-продвижением, на рынке услуг присутствуют недавно, некоторые успели себя зарекомендовать, как надежные партнеры для бизнеса [4].

В таблице 3 представлены лучшие компании в Екатеринбурге, предлагающие помощь с SMM и SEO – продвижением.

Таблица 3

Компании, занимающиеся SMM- и SEO-продвижением в Екатеринбурге

Название	Стоимость, руб.	Услуги
1	2	3
<i>JetStyle</i>	30 000 – 50 000 рублей в зависимости от количества выбранных услуг.	- поисковая оптимизация; - email-маркетинг; - продвижение в социальных сетях; - контекстная реклама; - разработка сайтов; - мобильное приложение; - аналитика и аудит.
<i>Dot</i>	30 000–45 000 рублей в зависимости от выбранных услуг.	- разработка комплексных digital стратегий; - создание и локализация сайтов; - разработка лендингпейдж с гарантией конверсии; - аудит и поддержка сайтов; - настройка и ведение контекстной рекламы; - проведение медийных рекламных кампаний в Интернете; SMM; - Digital PR, работа с репутацией.
<i>Creators</i>	20 000 – 40 000 рублей.	- анализ маркетинговой стратегии; - аудит и контроль; - формированиестратегии; - SEO и SMM продвижение; - разработка мобильных приложений; - разработкамобильных игр;

		- разработка WEB-решений и сайтов.
--	--	------------------------------------

Данные компании входят в ТОП самых лучших компаний Екатеринбурга, занимающихся продвижением сайтов. Все компании гарантируют максимальную отдачу и выполнение условий договоров.

Увеличить привлекательность и конверсию продаж с интернет-сайта поможет форма Online-бронирования. Ее внедрение обязательно для объектов оздоровления, так как у многих конкурентов данная функция уже реализована. Дирекцией уже закуплено программное обеспечение «Интер-отель», в ближайшее время запланировано заключение договора эквайринга для реализации функции оплаты и заполнение информации в приобретенном программном обеспечении.

С целью информирования потенциальных и имеющих клиентов, которые, ранее пользовались услугами объектов Дирекции, необходимо обеспечить рассылку рекламных сообщений с помощью электронной почты. Для этого требуется организация сбора максимального количества адресов электронной почты от клиентов, организация их учета. Данную задачу можно реализовать с помощью специального программного обеспечения, которое позволяет выполнять эту задачу по отдельным группам клиентов и в определенное время.

Для активного ведения деятельности Дирекции социальной сферы необходим CALL-центр, который обеспечит оперативное взаимодействие с потенциальными, действующими и постоянными клиентами. Позволит отвечать на возникающие у них вопросы и организовывать взаимодействие со смежными отделами, секторами отдела продаж и объектами.

Плюсы от аутсорсинга: минимизация затрат. Минус – для адаптации к специфичной деятельности организации требуется большое количество времени.

В таблице 4 представлены основные Call-centre в Екатеринбурге, занимающиеся аутсорсингом.

Таблица 4

Call-centre в Екатеринбурге

Call -centre	Стоимость	Преимущества
Колл-Центр24	26 000 руб./мес.	- опыт работы 15 лет; - большое количество фирм, с которыми осуществляется сотрудничество;

		- полная отчетность; - квалифицированные сотрудники
Call-Sales	42 000 руб./мес.	- база 500 компаний; - согласованный сценарий звонков; - операторы на выбор; - отчеты по звонкам и запись разговоров
Kolocall	26 000 руб./мес.	- база 500 компаний; - квалифицированный персонал
Cartli	34 000 руб./мес.	- опыт работы; - квалифицированный персонал.

Все компании дают гарантии на определенное количество привлеченных клиентов. Единственным барьером между компанией – заказчиком и компанией – исполнителем может стать специфичность продаваемых услуг. Но каждая компания стремится разработать скрипты продаж под специфику услуг и привлечь как можно больше клиентов.

Кроме SEO- и SMM-продвижения, для реализации услуг Дирекции стоит использовать электронные каналы продаж, которые с каждым днем набирают все большую популярность в сфере реализации товаров и услуг. На сегодняшний день свою эффективность доказали следующие каналы продаж:

– прямые Online продажи с помощью форм бронирования и оплаты. Такие сервисы позволяют потенциальным и постоянным клиентам самостоятельно осуществлять выбор услуг на сайте компании и бронировать их. После бронирования с помощью заключенного компанией договора эквайринга потребитель получает возможность произвести оплату выбранных услуг. Дирекцией закуплен модуль ON-line бронирования «Интер-ОТЕЛЬ»;

– не прямой Online канал – представляет собой интернет сервис в виде интернет-сайта и мобильного приложения, с помощью которого потребитель может осуществить выбор, бронирование и оплату выбранной услуги. Наиболее развиты данные сервисы в индустрии гостеприимства. В данной сфере работают такие крупные сервисы с мировым именем как: Booking.com, Trivago.ru, 101Hotels.ru, Ostrovok.ru, Expedia.com, Bronevik.com. и т. д.

Активно начинают развиваться сервисы аналогичного характера, которые позволяют реализовывать с их помощью услуги предоставления почасовой

аренды помещений для проведения различных мероприятий, а также спортивных площадок: MUSbooking.com, Sportarenda.com, SportHero.ru и т.д. [5].

Основное различие данных каналов в том, что не прямой Online канал по своей сути является посредником и работает на основе агентского вознаграждения в размере 10–20% от реализуемой услуги. Но, несмотря на необходимость платить вознаграждение не стоит отказываться от работы с данным каналом, так как они имеют свою, достаточно обширную, постоянную клиентскую базу и могут обеспечить до 100% продаж в отдельные периоды. Существующая практика отелей показывает необходимость сочетания двух каналов продаж, с приоритетом прямого канала и подключению непрямого Online канала в периоды низкого спроса.

Список литературы

- 1) Быков И.А. Интернет-технологии в связях с общественностью: Учебное пособие / И.А. Быков, О.Г. Филатова. – СПб: Роза мира, 2018. – 275 с.
- 2) Вебер Л. Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 320 с.
- 3) Вирин Ф.Ю. Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов. – М.: Эксмо, 2020. – 224 с.
- 4) Гундарин М. Корпоративный блог / М. Гундарин, Е. Гундарина. – М.: Феникс, 2017. – 155 с.
- 5) Сенаторов А.А. Битва за подписчика «ВКонтакте». SMMруководство. – М.: Альпина Паблишер, 2021. – 168 с.