

«Кемеровский государственный университет»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему:

**«СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ
МАРКЕТИНГОМ В АО СК «СИБИРСКИЙ СПАС»»**

Выполнил:

Научный руководитель:

Новокузнецк 2018

Цель и задачи

Цель - разработать мероприятия по совершенствованию системы управления маркетинговой деятельностью АО СК «Сибирский Спас».

Задачи:

1. определить сущность, содержание и системы управления маркетингом;
2. привести краткую характеристику отдельных составляющих системы управления маркетингом;
3. выявить особенности управления маркетингом в страховой деятельности;
4. дать краткую характеристику деятельности АО СК «Сибирский Спас»;
5. провести анализ системы управления маркетингом АО СК «Сибирский Спас»;
6. осуществить оценку эффективности системы управления маркетингом АО СК «Сибирский Спас»;
7. разработать мероприятия по совершенствованию системы управления маркетингом;
8. обосновать экономическую эффективность проектных мероприятий.

Финансовые результаты деятельности АО СК «Сибирский Спас»

Основные показатели	Значения показателя			
	2016	2017	2018	Изменения тыс.руб.
Активы компании	701514	777834	832709	+131195
Собственный капитал	199983	215844	233690	+33707
Страховые премии-нетто	720325	750572	780381	+60056
Заработанные страховые премии - нетто	600923	680432	739066	+138 143
Страховая выплата	415360	415365	507416	-92051
Финансовый результат по итогам года	79960	85303	167545	+87585

Бизнес-процессы АО СК «Сибирский Спас»

Взаимодействие с клиентами	Операционно-аналитическая деятельность	Обеспечение страховой деятельности	Управление деятельностью организации
Подготовка и заключение договоров страхования	Маркетинг, реклама	Финансовое планирование и бюджетирование	Управление развитием
Сопровождение договоров страхования	Детализация стратегии развития вида страхования	Внутренний аудит	Взаимодействие с акционерами организации
Перезаключение договоров страхования	Разработка страховых продуктов и расчет тарифов	Управление персоналом	Управление инвестициями
Урегулирование убытков договоров страхования	Учет договоров страхования	Обеспечение безопасности	Лицензирование
		Юридическое обеспечение	
		Бухгалтерский и налоговый учет	
		Административно хозяйственное обеспечение	

Организационная структура отдела маркетинга АО СК «Сибирский Спас»



Краткая характеристика ролевой структуры отдела маркетинга АО СК «Сибирский Спас»

	Наиболее выраженные роли	Наименее выраженные роли
Начальник отдела маркетинга	Стратег Дипломат	Администратор
Маркетолог-аналитик	Предприниматель Бухгалтер	Стратег
Менеджеры	Наставник Предприниматель	Дипломат

Постановка целей методом SMART

Маркетинговые цели АО СК
"Сибирский Спас"

Эффективная
сбытовая политика

увеличение продаж до
25%

Реклама в
специализированных
изданиях, радио

Получение
максимальной
прибыли

расширение целевой
аудитории

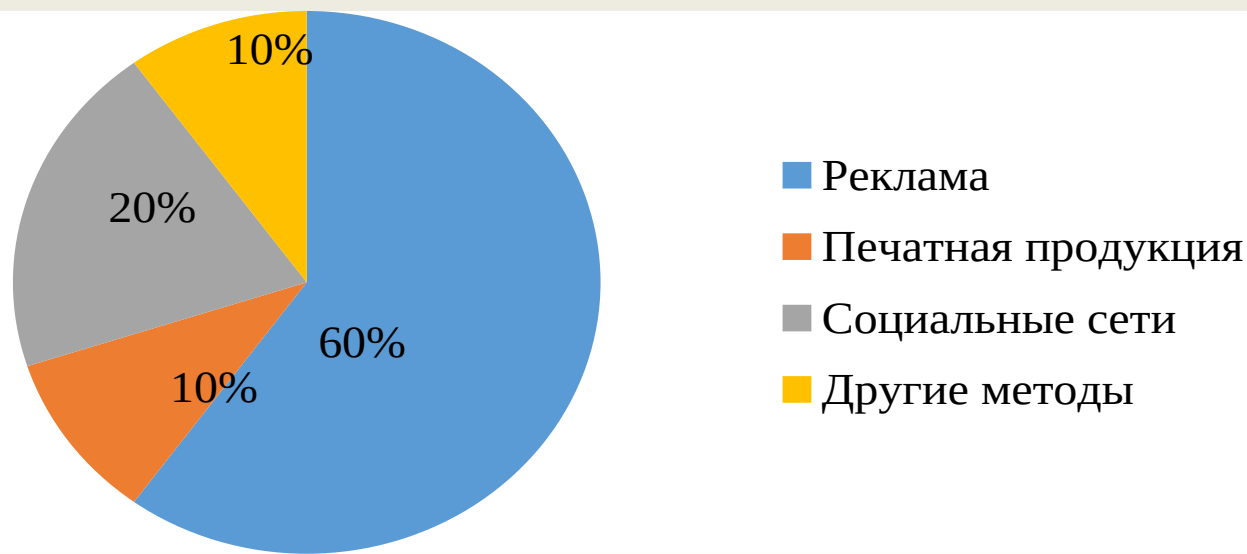
оценка эффективности
проекта

Привлечение клиентов

появление новых
партнеров

презентация
компании

Структура методов продвижения АО СК «Сибирский Спас»



Затраты на проведение рекламной деятельности и рост выручки в АО СК «Сибирский Спас» на протяжении 3 лет

Наименование показателя	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Общая стоимость проведения рекламных кампаний, тыс. руб.	396,67	456,67	675,89
Затраты на проведение рекламных кампаний, тыс.руб.	190,60	211,1	323,13
Валовая прибыль, тыс. руб.	206	246	353

Направления продвижения страховой компании «АО СК «Сибирский Спас»»

Направления продвижения	Мероприятия
1. Поддержка лучших ценовых решений	Проведение акций и бонусной системы
2. Размещение логотипа страховой компании на наружной рекламе	Наружная реклама
3. Брендирование страниц в сети Интернет	Контекстная реклама
4. Офлайн-продвижение	Реклама на транспорте, в листовках и т.д.
5. Эфирные и внеэфирные мероприятия	Проведение прямого включения

SWOT-анализ

Сильные стороны

- удовлетворенность клиентов
- быстрая обработка заказов
- эффективное руководство маркетингового отдела
- наличие постоянных клиентов

Слабые стороны

- отсутствие эффективных методов продвижения услуг
- слабый маркетинг

Возможности

- обеспечить обратную связь с клиентами
- расширение клиентской базы, путем привлечения новых клиентов
- формирование эффективной маркетинговой политики
- совершенствование маркетингового отдела предприятия
- доверие лидерам мнений

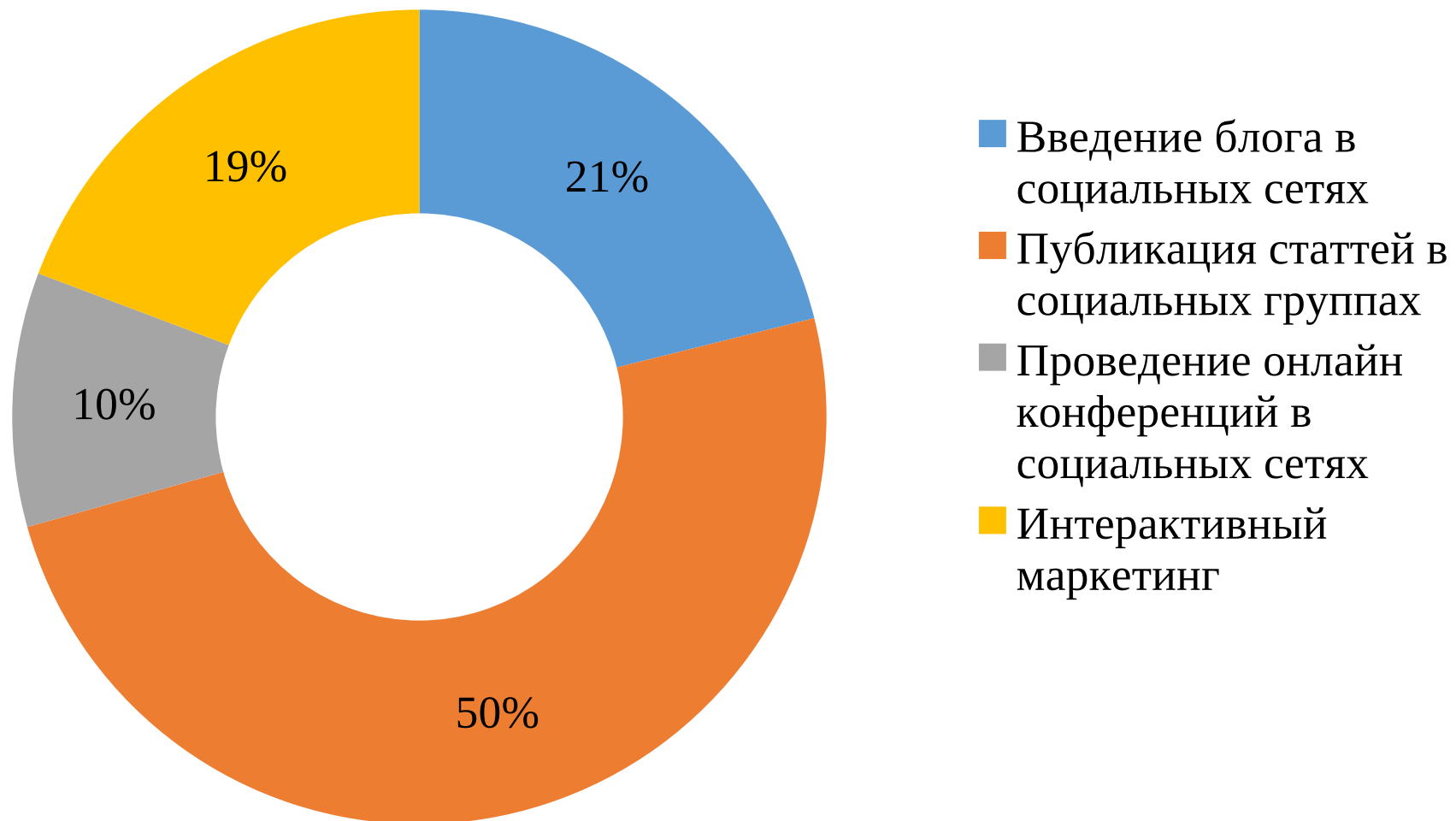
Угрозы

- сильная конкуренция
- ужесточение маркетинговой политики

Оценка эффективности маркетинговой системы

Критерии оценки альтернатив	Росгосстрах	АО СК «Сибирский Спас»
Прибыльность	5	3
Расширение доли рынка	5	2
Уровень креативности	4	4
Удобство работы	4	2
Взаимодействие с потребителями	5	2
Логичность и точность маркетинговых инструментов	5	3
Итоговая оценка	4,5	2,6

Мероприятие по продвижению услуг на рынке

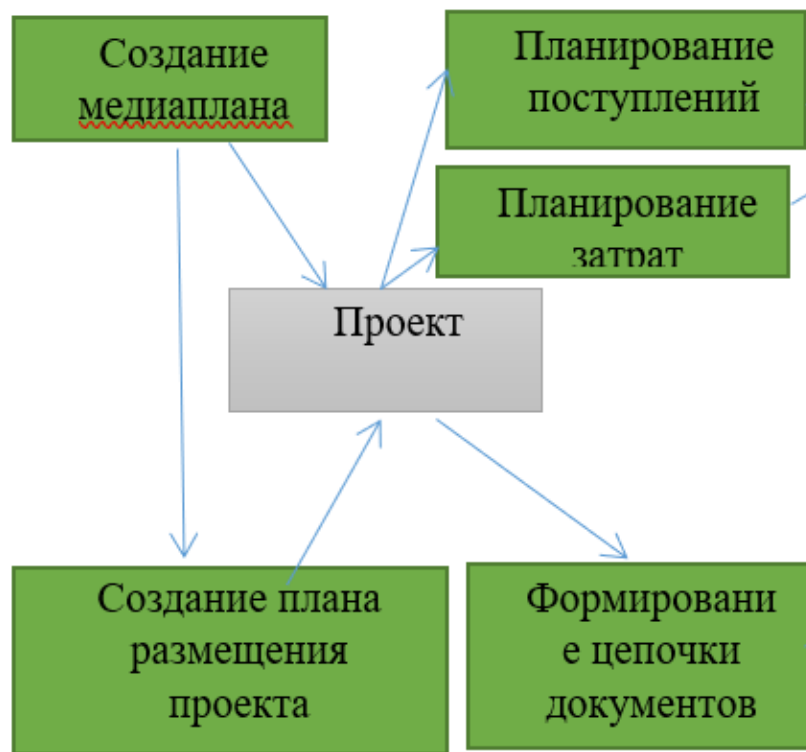


Основные группы работ проекта

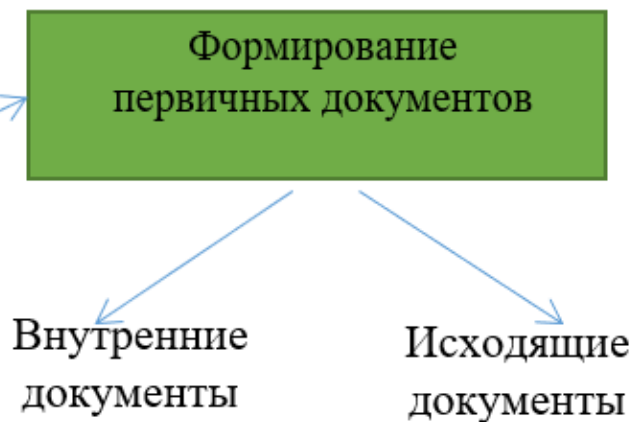
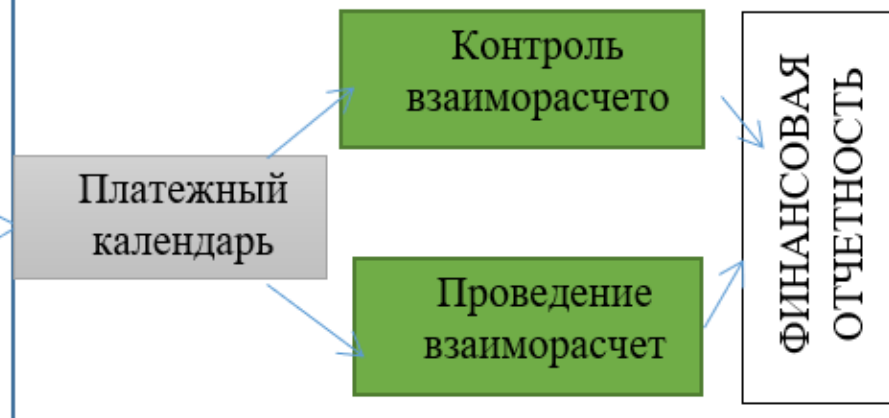
	Разработка	Запуск	Реализация
Реализация управления в системе маркетинга	Разработка стратегии управления маркетингом	Запуск разработанной стратегии	Реализация предложенной стратегии

Процесс формирования системы управления маркетингом

БЛОК УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ



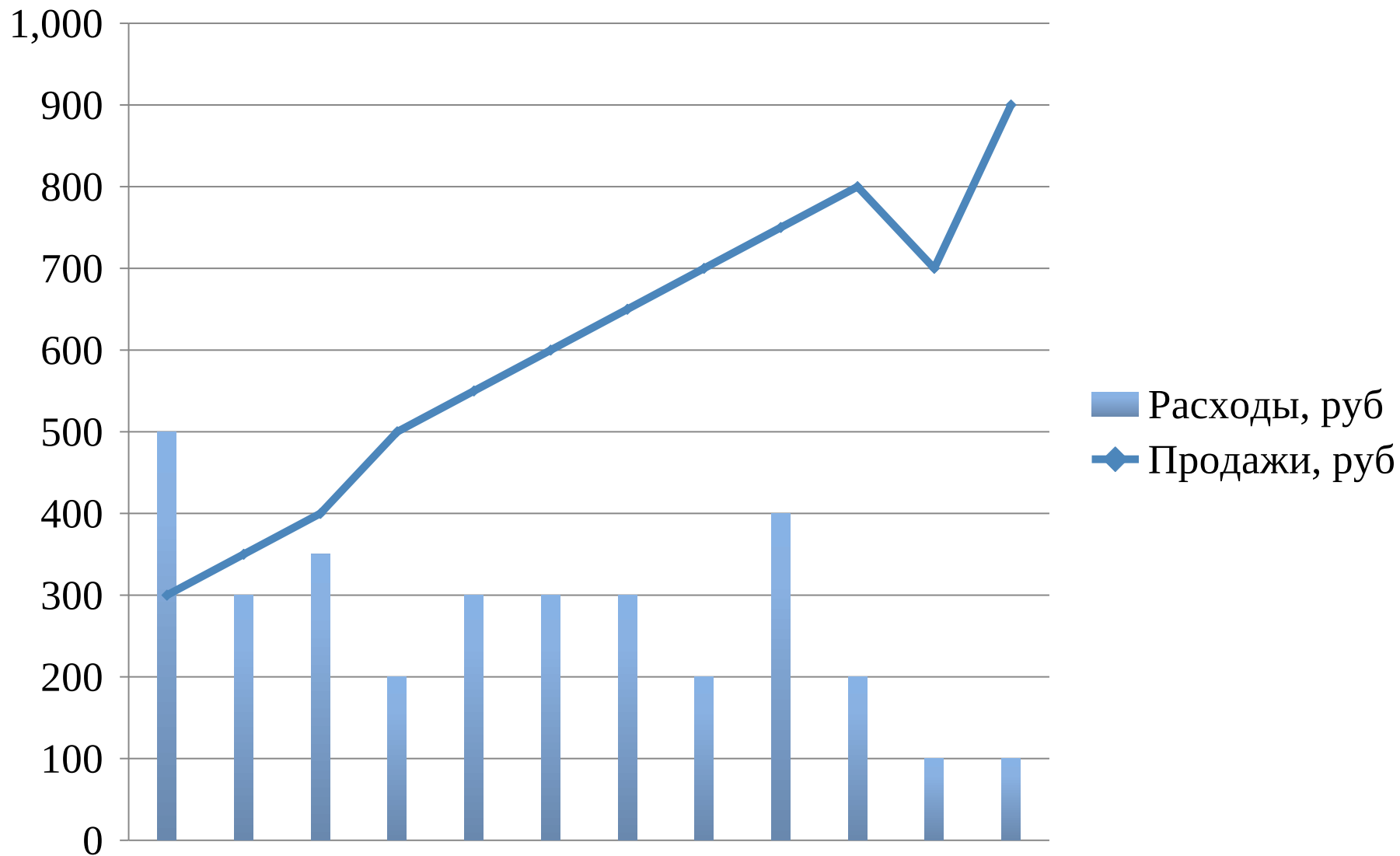
ФИНАНСОВЫЙ БЛОК



Сводная смета расходов на маркетинговую систему АО СК «Сибирский Спас» (тыс. руб.)

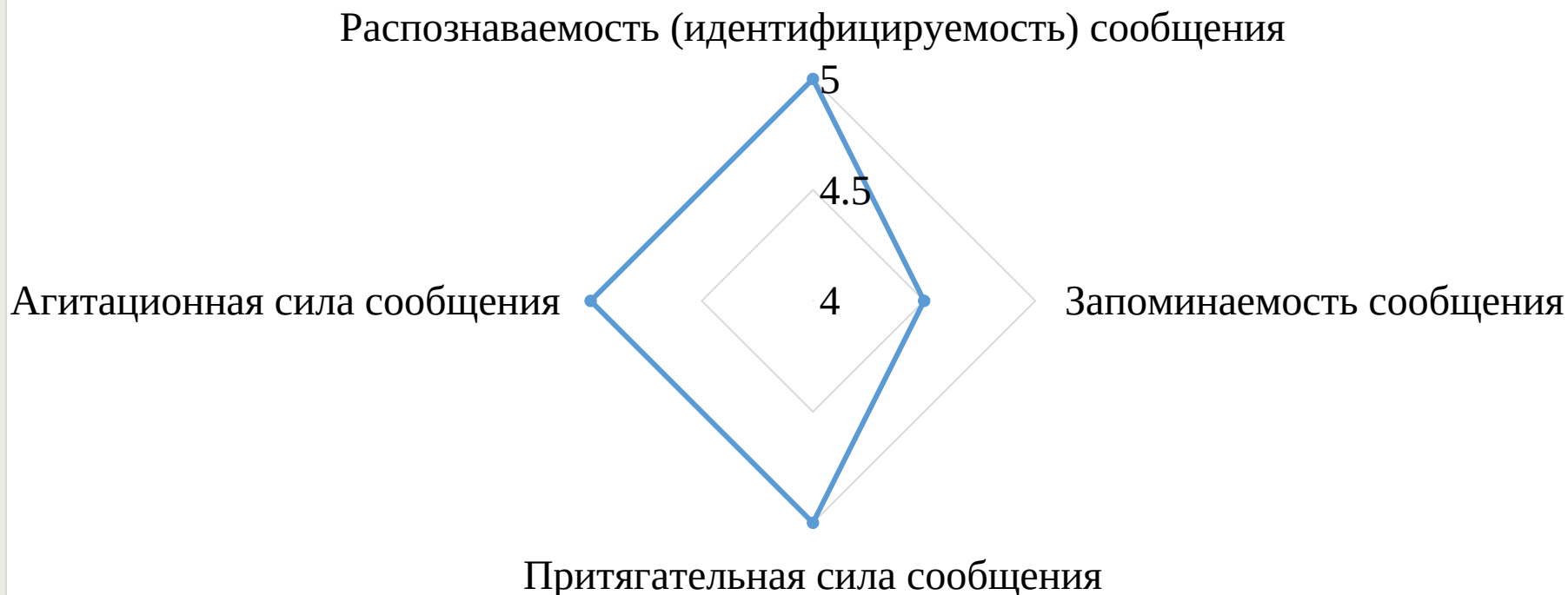
Затраты	Всего
1. Публикация статей в социальных сетях	33000
2. Проведение видео-конференций	59000
3. Проведение giveaway	15000
4. Поисковая реклама	127000
5. Баннерная реклама	20000
Итого	254000

Анализ динамики продаж, от внедрения предложенных мероприятий



Критерии коммуникационной эффективности стратегии продвижения компании АО СК «Сибирский Спас»

Название критерия	Оценка
Распознаваемость (идентифицируемость) сообщения	5
Запоминаемость сообщения	4,5
Притягательная сила сообщения	5
Агитационная сила сообщения	5



БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!