

**Выпускная квалификационная работа
на тему:**

**Интернет-маркетинг в
деятельности компании**

Сеидов Элмар Меджнун оглы

Направление: Менеджмент

Цель и задачи исследования

Цель - исследование интернет-маркетинга в деятельности компании

Задачи:

определение понятия интернет-маркетинга: цели;

- изучение методов продвижения через интернет;
- рассмотрение особенностей продвижения через интернет;

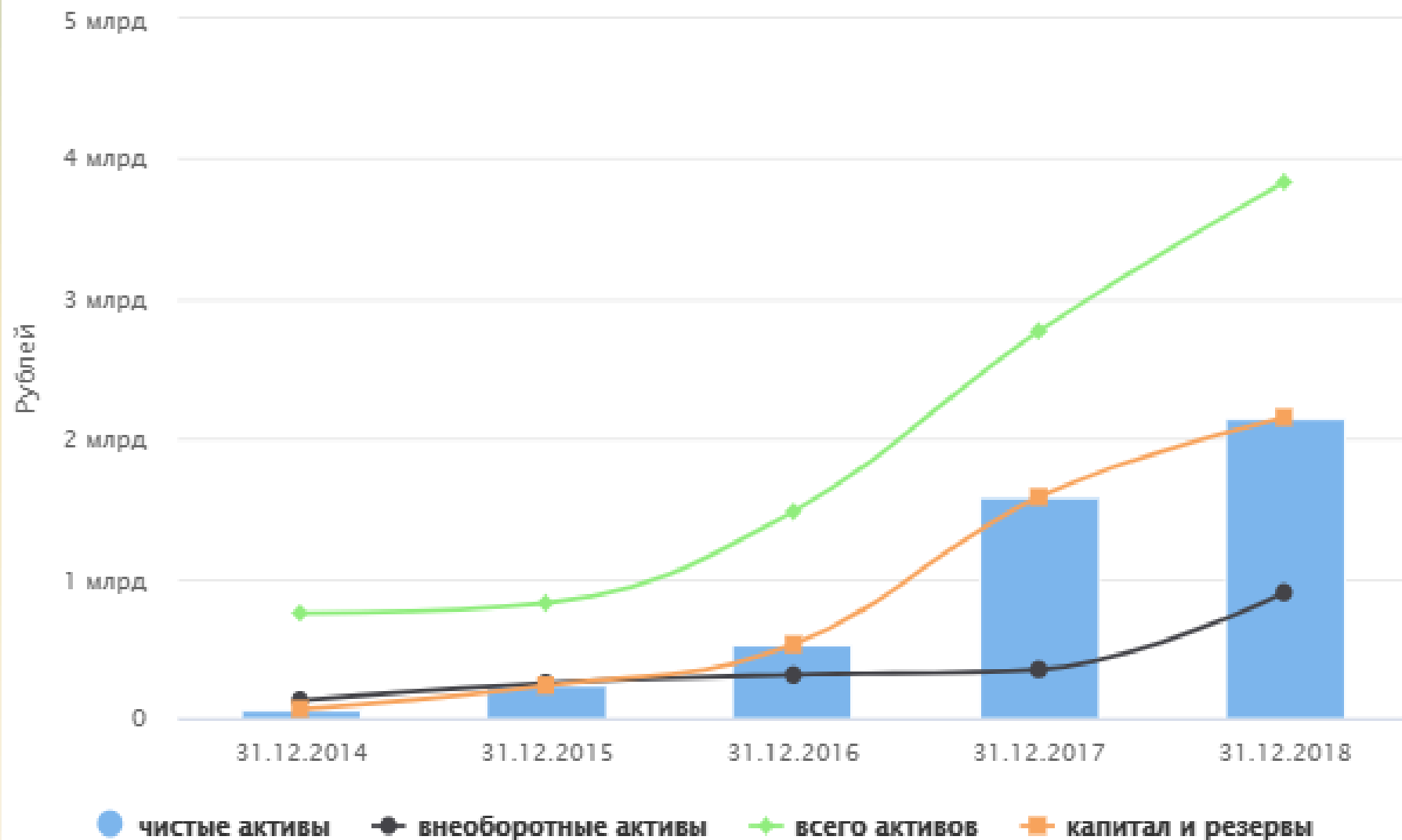
краткий анализ компании ООО «ПЭК»;

- анализ внешней и внутренней среды предприятия;
- анализ управления маркетинговой деятельностью предприятия;

Бухгалтерский баланс

Наименование показателя	Код	31.12.18	31.12.17
АКТИВ			
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Нематериальные активы	1110	11 806	7 150
Основные средства	1150	390 195	310 927
Финансовые вложения	1170	458 000	12 000
Отложенные налоговые активы	1180	22 207	12 745
Прочие внеоборотные активы	1190	18 065	5 618
Итого по разделу I	1100	900 273	348 440
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ			
Запасы	1210	121 516	115 125
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	0	0
Дебиторская задолженность	1230	725 403	584 102
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	412 900	332 000
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	1 653 262	1 369 211*
Прочие оборотные активы	1260	21 903	19 296
Итого по разделу II	1200	2 934 984	2 419 734
БАЛАНС	1600	3 835 257	2 768 174
ПАССИВ			
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ			
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	10	10
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	2 151 078*	1 582 602*
Итого по разделу III	1300	2 151 088*	1 582 612*
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА			
Отложенные налоговые обязательства	1420	28 259	14 794
Итого по разделу IV	1400	28 259	14 794

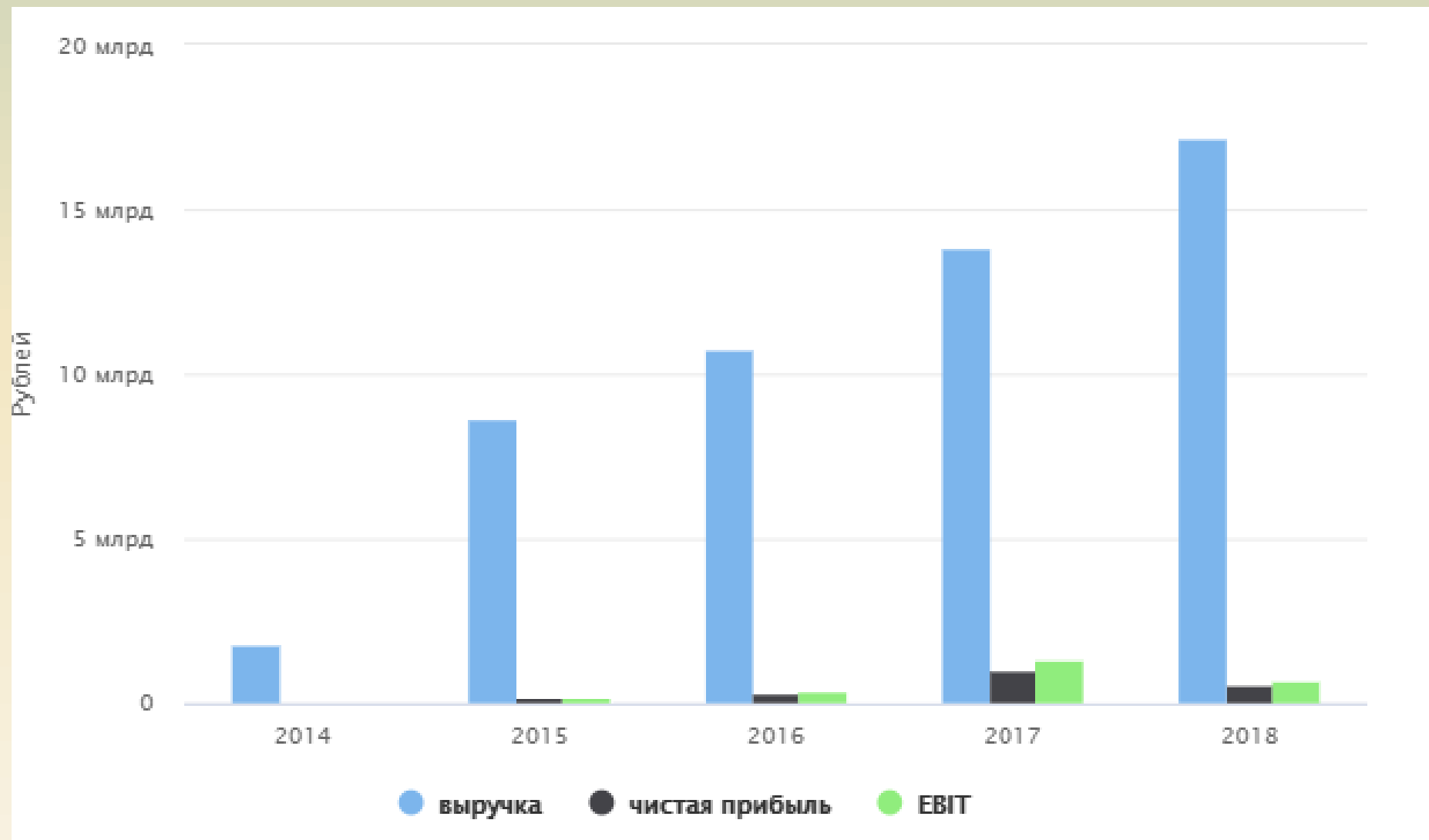
Краткий анализ баланса



Отчет о прибылях и убытках

Наименование показателя	Код	2018	2017
Выручка	2110	17 172 778	13 875 960
Себестоимость продаж	2120	(14 674 282)	(11 436 267)
Валовая прибыль (убыток)	2100	2 498 496	2 439 693
Коммерческие расходы	2210	(255 876)	(92 055)
Управленческие расходы	2220	(1 467 946)	(954 675)
Прибыль (убыток) от продаж	2200	774 674	1 392 963
Проценты к получению	2320	79 854	48 627
Проценты к уплате	2330	(0)	(0)
Прочие доходы	2340	91 619	31 117
Прочие расходы	2350	(211 578)	(153 224)
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	734 569	1 319 483
Текущий налог на прибыль	2410	142 052	261 294
Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	(13 465)	(9 756)
Изменение отложенных налоговых активов	2450	9 463	7 286
Прочее	2460	(39)	(136)
Чистая прибыль (убыток)	2400	588 476	1 055 583
СПРАВОЧНО			
Совокупный финансовый результат периода	2500	588 476	1 055 583

Краткий анализ финансовых результатов



Статистика официального сайта ООО «ПЭК»

Статистика посещаемости resom.ru

Посещаемость

Информация о посетителях и просмотрах сайта.

	За день	месяц	год
Просмотры	166 000	5 150 000	61 800 000
Посетители	70 200	2 180 000	26 160 000

Примерные данные, вычисленные на основании: Alexa, Яндекс.ИКС, Яндекс.Радар, SW и др.

Анализ трафика сайта

i	Отказы	≈ 44%	
i	Время на сайте	Менее, чем 3 минуты	
i	Количество страниц за посещение	3	

Источник трафика

Источники трафика

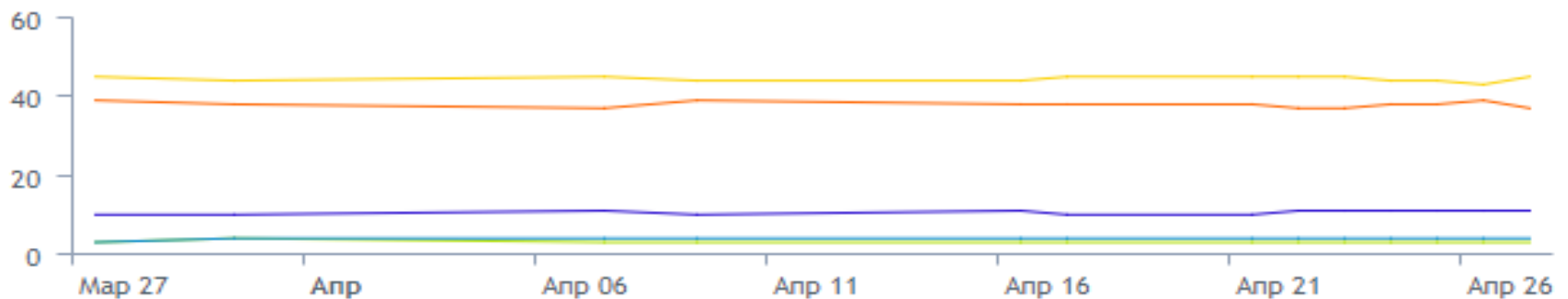
Прямые заходы	≈ 37%
Поисковые системы	≈ 45%
Ссылки на сайтах	≈ 3%
Социальные сети	≈ 4%
Почтовые рассылки	≈ 11%



Месяц

Год

Весь период



Социальные сети, используемые ООО «ПЭК»

 Социальная активность

Общая социальная активность составляет 6 430 -376 пунктов.

 ВКонтakte 237 -388

 Facebook шареды 6 193 +12



 Facebook

Ссылка на страницу найдена.

 Транспортная компания «ПЭК»
Лайков — 17 990 ↑29



 ВКонтakte

Ссылка на группу найдена.

 Транспортная Компания «ПЭК» ✓
Участников — 58 480 ↑22

 ▲

Этапы продвижения

1 Сбор семантического ядра

- Интернет продвижение бренда начинается со сбора семантики, то есть ключевых слов, которые характеризуют бизнес и имеют частотность запросов от пользователей.

2 Внутренняя оптимизация

- На этом этапе проводится аудит сайта и выявляем технические ошибки. Затем с помощью программистов оптимизируем скорость загрузки сайта и устраняем недостатки. Это важно, потому что поисковые роботы не проиндексируют высоко сайты, которые не соответствуют требованиям. Затем SEO-специалисты оптимизируют мета-теги, тексты и изображения. Внешняя оптимизация

Для Google и Яндекс важен авторитет сайта, над которым можно работать с помощью увеличения

- - закупают качественные ссылки на сайт из тематических источников;
- - добавляют ваш ресурс на каталоги и форум.

Медиаплан продвижения сайта в социальных сетях

Рекламная система	Бюджет, руб.	Стоимость 1 клика, руб.	Среднее количество кликов, ед.	Количество показов, ед.	Продолжительность рекламной кампании
Яндекс-директ, клики	38 000	18	17230	1 636 192	30- 180 дней
Google Adwords, клики	33 726	16	12600	1 300 000	30-180 дней
Вконтакте, показы	22 135	-	13320	1 295 041	90-240 дней
Facebook, показы	15 661		8520	980 000	90-240 дней
Итого	109 522	-	51 670	5 211 233	

Рекламные цели

доведение информации о существовании и возможности приобретения услуги компании, увеличение числа осведомленных потребителей;

информирование этой «осведомленной» группы о том, что услуги компании ООО «ПЭК» предоставляются на высшем уровне.

мотивирование этой группы «желающих» к фактическому выбору услуги (убедить, что качество доставки и т.д. на высшем уровне);

Увеличение числа клиентов, осведомленных о ООО «ПЭК», примерно до 35%. Более сильный акцент делается на убеждение большего числа потребителей и побуждение их к приобретению услуг.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!