

Слайд 1

Уважаемый председатель, уважаемые члены государственной аттестационной комиссии!

Тема моей выпускной квалификационной работы – **«Организация и управление онлайн продажами (на примере ООО «Виктория»)»**.

Слайд 2

Итак, актуальность исследуемой темы обусловлена тем, что Интернет обладает уникальными характеристиками, значительно отличающимися от характеристик традиционных инструментов маркетинга. Одним из основных свойств среды Интернета является ее гипермедийная природа, характеризующаяся высокой эффективностью в представлении и усвоении информации, что значительно повышает возможности маркетинга в усилении взаимосвязи предприятий и потребителей.

Слайд 3

Таким образом, **целью** работы является анализ и совершенствование организации и управления онлайн продажами на примере ООО «Виктория».

Задачи исследования представлены на слайде.

Слайд 4

Также в работе используются следующие методы исследования: методы анализа и синтеза, обобщения, графический, логический, системный, диалектический, исторический и институциональный методы.

Слайд 5

Итак, компания ООО «Виктория» занимается оптово-розничной торговлей чулочно-носочными изделиями и бельем. Онлайн-продажи ООО «Виктория» осуществляются посредством маркетингового отдела. В рамках онлайн обслуживания клиент ООО «Виктория» совершает заказ на сайте или в интернет-магазине. В качестве интернет-магазина стоит выделить платформу Wildberries. На рисунке приведено графическое оформление магазина ООО «Виктория» на данном маркетплейсе. Помимо маркетплейса заказ можно оформить и на официальном сайте.

Слайд 6

Таким образом, можно сделать вывод о конкурентоспособности ООО «Виктория», но при этом анализ целевой аудитории показал, что приверженность к предлагаемой марке продукции снижается, что требует комплексного подхода к разработке стратегии развития.

В свою очередь, анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия ООО «Виктория» показал наличие тенденции к снижению в величине товарооборота в анализируемом периоде: темп снижения за рассмотренный период составил 11,94%.

Также анализ финансовой устойчивости ООО «Виктория» показал, что в 2018 году положение предприятия характеризовалось как неустойчивое в силу отсутствия собственного капитала по причине полученных убытков.

Далее оценка организации и управления онлайн-продажами показала, что ООО «Виктория» не использует весь спектр средств и инструментов из-за недостаточного финансирования, что привело к плохой осведомленности потенциальных потребителей о компании и ее товарах.

Слайд 7

Далее в качестве мероприятий по совершенствованию организации и управления онлайн продажами предлагается реализация SEO-оптимизации сайта интернет-магазина и продвижение в социальных сетях. Рассмотрим динамику SEO– трафика до и после настройки ЧПУ (URL-путь, состоящий из понятных слов, вместо идентификаторов, и отражающий файловую структуру сайта). Рисунок отражает наглядное повышение динамики SEO- трафика после настройки ЧПУ, которая планировалась в январе 2022 года.

Слайд 8

Таким образом, оценка эффективности предлагаемого комплекса позволила определить его целесообразность: затраты по реализации предлагаемых мероприятий окупятся уже в течение первого месяца. По результатам применения данного комплекса планируется достижение ежемесячного 5%-ого роста продаж в течение следующих 12 месяцев, результатом чего станет

рост выручки от реализации на 67,11% в сравнении с результатами 2020 года.

Слайд 9

Также представим на слайде список основных использованных источников.

Слайд 10

Таким образом, Цель работы достигнута.

Спасибо за внимание! Доклад окончен.