

Слайд 1

Уважаемый Председатель и уважаемые члены ГЭК. Вашему вниманию предлагается дипломная работа на тему – РАЗРАБОТКА КОММУНИКАТИВНОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ ООО ПК «ВЕНТКОМПЛЕКС» В ИНТЕРНЕТЕ.

Слайд 2

Цель данной работы - анализ и совершенствование коммуникативной политики предприятия в сети Интернет на примере ООО ПК «Венткомплекс». Задачи исследования представлены на слайде.

Слайд 3

ООО "ПК Венткомплекс" выполняет функцию официального представителя ведущих производственных предприятий Удмуртской Республики, Пермского края и Свердловской области. Основным направлением деятельности компании является комплексное оснащение различных типов зданий и сооружений, включая промышленные, социальные, спортивные и с/х объекты, вентиляционно-отопительным оборудованием. Они специализируются на работе с клиентами и партнерами в сфере B2B, предлагая качественное оборудование по доступным ценам. Далее проанализируем данные табл, отражающие эффективность применения ОС ООО ПК «Венткомплекс». Из данных, представленных в табл, можно сделать вывод о высокой эффективности использования основных средств ООО ПК "Венткомплекс" в анализируемом периоде. Фондоотдача превышает 10, что указывает на то, что каждый рубль, вложенный в основные средства предприятия, приносит более десяти рублей выручки. Этот вывод подтверждается низким значением обратного показателя фондоотдачи - фондоемкости.

Слайд 4

Рис иллюстрирует распределение затрат ООО ПК «Венткомплекс» за 2022 год. Анализ данных позволяет сделать вывод о структуре затрат компании. Наибольшую долю затрат составляют материальные затраты, которые составляют 40% от общей суммы затрат. Это объясняется особенностями деятельности предприятия. Затраты на оплату труда снизились на 5,17% по сравнению с результатами 2021 года.

Слайд 5

Для получения более полной информации о компании ПК «Венткомплекс» будет использован метод, известный как "многоугольник конкурентоспособности". Этот метод позволяет провести быстрый анализ конкурентоспособности товаров компании, сравнивая их с ключевыми конкурентами, и разработать эффективные стратегии для улучшения уровня конкурентоспособности продукции. В данном случае основными конкурентами ООО «ПК Венткомплекс» являются акционерное общество «Глазовский завод «Металлист» и общество с ограниченной ответственностью «Оскон». Детальная карта конкурентных групп представлена на рис.

Слайд 6

Оценка целевой аудитории имеет важное значение для разработки стратегического плана. Чтобы обеспечить успех стратегии, необходимо ясно представлять себе целевую аудиторию. Для проведения анализа целевой аудитории можно использовать несколько критериев. Во-первых, демографический сегмент позволяет учесть такие факторы, как пол, возраст (26-65 лет), состав семьи и доход. Результаты анализа целевой аудитории представлены в — эти данные помогут сформировать более четкое представление о целевой аудитории и обеспечить наиболее успешную стратегию. Анализируя данные из табл, можно заключить, что у компании имеется широкая ЦА, которую можно дальше классифицировать или сегментировать непосредственно на базе различных характеристик. В зависимости от конкретных целей и стратегии, предложения, дизайн материалов и выбранные каналы коммуникации могут быть существенно изменены.

Слайд 7

Компания ООО ПК "Венткомплекс" использует различные психологические стратегии для продаж, с целью привлечения внимания клиентов и стимулирования их покупательского поведения. Они предпринимают конкретные шаги, чтобы не округлять цены в большую сторону и акцентировать внимание на товарах, находящихся в распродаже. Подобные меры основываются на понимании психологии потребителей, где цена играет ключевую роль, поэтому на нее делается особый акцент. Тем не менее, отметим, что очень важно отметить, что сайт ООО ПК "Венткомплекс" не предоставляет клиентам возможности обратной связи с администраторами сайта или менеджерами магазина, что является ограничением в коммуникативной политике компании, поскольку они не располагают достаточными средствами и инструментами для обеспечения более эффективного взаимодействия с клиентами.

Слайд 8

В рамках нашей проектной части работы был разработан соответствующий комплекс необходимых для SEO-оптимизации мероприятий. Он включает в себя проведение анализа семантического ядра, а также процедуру настройки ЧПУ и прописку мега-тегов. Целями SEO-продвижения являются: увеличение числа просмотров на 20% в последующие 6 месяцев, ежемесячный 10%-ый рост продаж в течение следующих двенадцать месяцев и повышение уровня узнаваемости и конкурентоспособности интернет-магазина на рынке.

Слайд 9

Оценка эффективности предлагаемого нами комплекса обеспечила возможность установить показатели целесообразности. Отметим, что затраты на реализацию данного комплекса окупятся уже в первые тридцать дней месяц, а планируется достичь ежемесячного 5%-ого роста продаж в течение следующих двенадцати месяцев, что приведет к увеличению выручки от реализации на 67,11% по сравнению с результатами 2022 года.

Слайд 10

Таким образом, Цель работы достигнута. Спасибо за внимание!