

Слайд 1

Уважаемый Председатель и уважаемые члены ГЭК. Вашему вниманию предлагается дипломная работа на тему – СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ.

Слайд 2

Актуальность данной темы обусловлена не только стремительным развитием технологий и все большим влиянием глобализации непосредственно на нашу жизнь, но и тем, что существует необходимость понимания этих процессов для успешного функционирования бизнеса и общества в целом. Экспансия технологий и расширение электронной торговли приводят к разным переменам во всех сферах деятельности, — от повседневного общения людей до мировой экономики.

Слайд 3

Целью данной работы является разработка мероприятий по совершенствованию маркетинговых технологий продвижения продукции в интернет-среде на примере ООО «ПК Вент комплекс». Для реализации цели исследования потребовалось решение задач, представленных на слайде.

Слайд 4

ООО «ПК Вент комплекс» — это компания, которая имеет официальное разрешение от крупных производственных предприятий в Удмуртской Республике, Пермском крае, а также Свердловской области. Далее, рассмотрим показатели эффективности использования основных средств ООО «ПК Вент комплекс», представленные в табл. В таблице представлены цифры, которые помогают понять, насколько хорошо компания ООО «ПК Вент комплекс» использовала свои основные средства за определенный временной отрезок. Говоря о "фондоотдаче", отметим, что каждый рубль, вложенный в основные средства, принес более десяти рублей выручки. Таким образом, эти цифры показывают, что использование этих средств было прибыльным. Также обратим внимание на «фондоемкость», которая имеет низкие значения. Это подтверждает наш предыдущий вывод - компания использовала свои ресурсы экономно, не тратя при этом их излишне.

Слайд 5

У ООО «ПК Вент комплекс» нет отдельно функционирующей службы маркетинга, есть маркетолог, входящий в состав сервисной службы. Это специалист, который занимается разработкой и реализацией стратегии интернет-маркетинга. Важно отметить, что в данный момент компания не выполняет поставленные задачи интернет-маркетинга в полной мере. Это может быть связано с разнообразными причинами, такими как ограниченные ресурсы, недостаточные знания или же недостаток внимания непосредственно к интернет-маркетингу. В табл. представлены соответствующие средства коммуникации, которые компания использует в настоящее время непосредственно для своей интернет-маркетинговой деятельности. Таким образом, отметим, что рассматриваемая нами компания ООО «ПК Вент комплекс» активно использует разнообразные средства коммуникации с той целью, чтобы поддерживать связь с потенциальными и текущими клиентами, предоставляя им всю необходимую и актуальную информацию о продукции и специальных предложениях.

Слайд 6

Согласно рис., уровень приверженности к компании среди всех потенциальных покупателей составляет в среднем 20%. Это говорит о том, что примерно каждый 5-й потенциальный клиент является непосредственно приверженцем компании. График также показывает, что компания столкнулась с снижением приверженности клиентов, и соответственно меньше клиентов относятся к ней с полной преданностью (только 33% опрошенных потенциальных покупателей проявили наивысший уровень приверженности). Такое снижение может повлиять непосредственно на имидж компании в целом. Итак, больше всего потенциальных клиентов в возрасте от 35 до 50 лет, и примерно каждый 5-й потенциальный клиент хорошо относится к компании. Однако, есть тревожные признаки в виде снижения приверженности клиентов и ухудшения общего имиджа компании, что может быть сигналом непосредственно о том, что существует необходимость принять соответствующие меры для улучшения взаимоотношений с клиентами и улучшения уровня их удовлетворенности. ООО «ПК Вент комплекс» не может полностью разрабатывать и реализовывать долгосрочные планы и стратегии, которые помогли бы ей привлекать больше клиентов и увеличивать свою прибыль. По всей видимости, она ограничивается краткосрочными планами или реагирует на ситуации без четкого долгосрочного видения. Из-за ограниченных средств компания не может проводить в достаточном количестве маркетинговые мероприятия для привлечения внимания потенциальных клиентов. Люди могут не знать о существовании компании и ее продуктах, что снижает вероятность привлечения новых клиентов и роста бизнеса. Анализируя средства интернет-маркетинга, применяемые в работе ООО «ПК Вент комплекс», отметим, что

компания использует различные методы и инструменты интернет-маркетинга для привлечения клиентов и продвижения своих товаров или услуг через онлайн-каналы.

Слайд 7

Теперь, рассматривая табл, можно изучить месячный рекламный бюджет ООО «ПК Вент комплекс» и точно оценить, как именно она тратит деньги на рекламу своих товаров. В таблице показаны данные о рекламном бюджете на 2022 год. Планируется сократить бюджет, потому что за 2022 год выручка интернет-магазина уменьшилась, и это повлияло непосредственно на его финансовые результаты. Больше всего денег из бюджета тратится на рекламу, являющуюся баннерной.

Слайд 8

На рис. показан пример контекстной рекламы и то, как она размещается. Компания ООО «ПК Вент комплекс» ограничена в использовании интернет-маркетинга. Её сайт не очень хорошо сконструирован и адаптирован под клиентов. Чтобы понять, насколько они сильно конкурируют с другими лидерами на рынке, мы проведем анализ их конкурентов.

Слайд 9

Расчёт эффективности медийной рекламы за период июль-декабрь 2022 года представлен в таблице. Стоит отметить, что по каждому месяцу сопоставлены плановые и фактические величины. Проанализированы такие показатели, как: трафик сайта, прибыль, выручка, итоговый расход по данному каналу продвижения и рентабельность. Проанализируем по контекстной рекламе результаты выполненного расчета. Расчеты, которые были выполнены, позволяют сделать следующие выводы:

- 1) У компании отлично настроены интернет-каналы, что способствует успешному развитию;
- 2) Почтовая реклама является успешной благодаря прекрасной базе данных клиентов;
- 3) Усилия, направленные непосредственно на развитие рекламы в социальных медиа, играют важную роль в интернет-присутствии;
- 4) Медийная реклама компании находится на высоком уровне, но при этом она имеет потенциал для дальнейшего расширения;

- 5) С целью обеспечения успешного функционирования необходимо внимательно контролировать все настройки рекламных компаний как в контекстной, так и непосредственно в медийной рекламе.

Слайд 10

Большая часть данных в рекламной кампании хорошие или немного отклоняются от планов. Однако, количество кликов и конверсий меньше, чем ожидалось, поэтому следует более тщательно настроить рекламную кампанию, чтобы улучшить данные результаты.

Слайд 11

Таким образом, проведенный анализ компании ООО «ПК Вент комплекс» показал несколько важных вещей: компания сталкивается с конкуренцией, и ей нужно разработать хорошую стратегию развития. Финансовые показатели: в течение всего анализируемого периода товарооборот снизился всего на 11,94%. В 2018 году предприятие испытывало проблемы в финансовом плане из-за отсутствия собственного капитала из-за убытков. Тем не менее, у компании есть свои сильные стороны. Она успешно использует Интернет-каналы для развития бизнеса и имеет хорошую клиентскую базу данных благодаря успешной почтовой рекламе. Также компания может улучшить свое присутствие в социальных сетях и расширить медийную рекламу. Однако для эффективности рекламных компаний важно следить за их настройками. В целом, компания может стать конкурентоспособной, но ей необходимо уделить внимание стратегическому развитию, финансовой стабильности и улучшению маркетинговых подходов с целью удержания клиентов и привлечения новых.

Слайд 12

Интернет-маркетинг ООО «ПК Вент комплекс» в онлайн пространстве стремится увеличить продажи и повысить конверсию своего сайта. Для этого предлагается провести два ключевых мероприятия. Первое мероприятие – это реализация SEO-оптимизации сайта интернет-магазина, которая необходима в связи с недостаточным числом посещений сайта и неэффективными показателями, что сказывается отрицательно на объеме продаж и финансовых показателях компании в целом. Второе мероприятие – это продвижение в соцсетях, предоставляющих отличную платформу для привлечения ЦА и повышения узнаваемости бренда. Таким образом, отметим, что реализация SEO-оптимизации и активное продвижение в соцсетях позволят ООО «ПК Вент комплекс» значительно

улучшить свои результаты в интернет-маркетинге и достичь целей, которые были поставлены – увеличения объемов продаж и роста конверсии веб-сайта.

Слайд 13

Имеется документ под названием "Календарный план реализации мероприятий по SEO-оптимизации" для рассматриваемого нами веб-сайта компании ООО «ПК Вент комплекс». В этом документе представлены сроки и также этапы, которые необходимо реализовать с целью успешной реализации SEO-мероприятий. Важно придерживаться этого плана, — это поможет сделать веб-сайт более успешным и привлечет больше клиентов. Исходя из концепции семантического ядра (семантики), чтобы сделать её более понятной, можно привести следующую интерпретацию: допустим, веб-сайт – это дом, а семантическое ядро – виртуальная дверь, которая ведет к этому дому. Чтобы сделать эту дверь привлекательной и удобной для посетителей, она должна обладать двумя важными свойствами. Первое свойство – «полнота», то есть семантическое ядро должно включать в себя большой спектр ключевых слов, отражающих разнообразные нерешенные вопросы и запросы ваших пользователей. Второе свойство – «актуальность». Важно, чтобы ключевые фразы были популярными среди пользователей и появлялись непосредственно в поисковых запросах с определенной частотой.

Слайд 14

Планируется использовать совокупность мероприятий с целью оптимизации веб-сайта, продвижения в поисковых системах и улучшения маркетинговой стратегии.

Прогнозируемая окупаемость комплекса - в первый месяц, а достижение пяти-процентного роста продаж поможет увеличить в течение года общее значение выручки на 67,11% по сравнению с 2022г.

Слайд 15

Таким образом, Цель работы достигнута. Спасибо за внимание!