

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

Мы проанализировали разные рекламные способы компании ООО «ПК Вент комплекс» и измерили показатель их эффективности. Особенно мы обратили внимание на рекламу через E-mail рассылки за период с января по июнь 2022 года. В 1-й половине 2022 года компания превзошла свои планы по заработку и прибыли (доход после вычета всех расходов). Это произошло непосредственно по той причине, что у компании много постоянных клиентов, которые постоянно делают покупки. ООО «ПК Вент комплекс» серьезно изменяла свою рекламную кампанию во 2-й части года, что привело к значительному увеличению числа кликов и успешным совершением действий пользователей, тем самым улучшив показатель эффективности данного рекламного канала. Важно выделить такой момент: в 1-й части 2022 года контекстная реклама приносила только 5% выручки от интернет-каналов, но после этого, во 2-й части года, показатель возрос до 35%.

Слайд 8

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. Чем чаще они ищутся, тем лучше для привлечения посетителей. Теперь, рассмотрим список ключевых фраз: «венткомплекс», «венткомплекс магазин» и «венткомплекс интернет-магазин». Эти слова и фразы

могут составлять семантическое ядро, чтобы привлечь пользователей, интересующихся продукцией ООО «ПК Вент комплекс».

Слайд 9

Таким образом, Цель работы достигнута. Спасибо за внимание!