

Маркетинг

УДК 339.138

Конкурентоустойчивость системы маркетинговых коммуникаций и конкурентостойкость товаропроводящей сети предприятия

Глубокий С.В.

Белорусский национальный технический университет

Маркетинговое обеспечение новой стратегии развития экспорта и импортозамещения заключается в переходе от концепции конкурентоспособности продукции к концепциям:

- 1) конкурентоустойчивости на уровне рекламно-информационного сопровождения продукции предприятия и деятельности организаций;
- 2) конкурентостойкости на уровне распределительно-сбытового сопровождения продукции.

Актуальность реализации концепций конкурентоустойчивости и конкурентостойкости усиливается в связи с развитием во всем мире концепции социально ориентированного маркетинга (КСОМ) и внедрением принципов Глобального договора ООН.

При адаптации разработанных маркетинговых решений и методов к отечественным промышленным предприятиям (РУП «МТЗ», ПО «Фенокс», ПО «Промкомплекс» и др.) для создания эффективно действующей конкурентостойкой сбытовой сети с учетом вышеуказанных особенностей современного рынка предлагается использовать два основных подхода:

1) Формирование собственной (сети фирменной торговли, дилерской или агентской сетей) сбытовой сети, посредством которой обеспечивается реализация продукции конечному потребителю.

2) Реализация производимой продукции через посредников, располагающих возможностями для самостоятельной продажи товаров (дистрибьюторов, комиссионеров и т. п.).

Собственная сбытовая сеть формируется на основе соответствующего подразделения предприятия (отдела продаж), с позиций которого через систему широких персональных контактов осуществляется взаимодействие с потребителями продукции. Считается, что для инновационных разработок это наиболее благоприятный путь, так как прямые контакты с потребителями позволяют более оперативно выявлять рыночный спрос, иметь первичную информацию о его состоянии.

Как следствие, отечественными промышленными предприятиями формируются оптимальные по инновационности структуры продаж, ведутся

строгие системы учета и контроля за товародвижением продукции, объемами реализации, случаями возврата товара и его причинами.

Однако отсутствие адекватной системы стимулирования и вознаграждения труда сбытового персонала предприятия приводит к тому, что эти потенциальные преимущества слабо используются белорусскими промышленными предприятиями.

К тому же организация и эксплуатация собственной сбытовой сети требуют больших затрат, а это значительно повышает цену инноваций и существенно снижает их конкурентоспособность на рынке. Высокие первоначальные расходы на содержание собственной сбытовой сети объективно побуждают промышленные предприятия к реализации производимой инновационной продукции через посреднические каналы. Целесообразность их использования особенно несомненна при выходе производителя с инновационным продуктом на новые для него рынки сбыта, когда собственная сбытовая система еще не создана.

УДК 338.14

Влияние форумов на общественное мнение

Готовцева Е.А.

Белорусский национальный технический университет

Форум – это сайт, организованный для общения посетителей. Пользователи создают свои темы, после чего организуется обсуждение. Форумы предназначены для того, чтобы участник, который столкнулся с какой-то проблемой (например, с проблемой выбора одного из товаров), мог выявить ее оптимальное решение из предложенных другими участниками. Основная проблема заключается в том, как правильно применить форум в целях компании, привлечь потенциальных клиентов и укрепить мнение постоянных.

Тематический форум обычно собирает наиболее активных участников, которые заинтересованы в конкретной теме. Очень часто они являются основными лидерами общественного мнения и к ним прислушиваются иные участники обсуждения. Воздействие на такую аудиторию может сопровождаться эффектом вирусного маркетинга, когда активные участники сами начинают развивать и распространять какую-то идею. Поэтому в первую очередь следует воздействовать и общаться именно с такой аудиторией. Ведь если всё сделать правильно, то они даже смогут помочь в достижении вашей цели – привлечении новых клиентов.

Одним из основополагающих правил работы на форуме является правильно написание текста. При написании текста для обсуждения, начинать надо с правильного названия, которое сможет привлечь посетителей,