

КОММУНИКАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ В ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Введение. В современном бизнесе коммуникационные стратегии и тактики играют ключевую роль в установлении эффективного взаимодействия с клиентами. Сегодня практически все типографии предлагают схожий набор услуг, что приводит к жесткой рыночной конкуренции и «борьбе» за клиента. Каждая компания чувствует потребность в постоянном улучшении уже имеющегося ассортимента продукции, производственного потенциала, а также в нахождении новых инструментов влияния на потребителя для создания устойчивой базы постоянных клиентов через повышение узнаваемости собственного бренда.

Задача статьи — определить основные действующие стратегии коммуникации между субъектами полиграфической сферы.

Основная часть. Для эффективного управления брендом компании необходимо иметь представление о коммуникационных стратегиях. Коммуникационные стратегии — это комплекс решений для общения с аудиторией, с помощью которых компания достигает своих целей [1]. Основная — это продвижение бренда через активное общение с пользователями, клиентами. Для достижения этой цели в коммуникационной стратегии используются разные вербальные и невербальные средства. Вербальные средства охватывают все разговорные и текстовые форматы общения, а также устное общение с потребителем. Невербальные средства, в свою очередь, описывают негласные сигналы, то есть жесты, мимику и интонации. Дополнительным средством коммуникационной стратегии выделяют визуализацию. К ней относится визуальный контент, который включает инфографику, оформление и дизайн веб-страниц, цифровой рекламы. Тесное взаимодействие всех средств коммуникационной стратегии необходимы, они помогают избежать противоречий, которые могут вызвать диссонанс у клиентов и негативно повлиять на восприятие бренда [2].

Существует множество коммуникационных стратегий, которые могут быть применены в различных контекстах. Так, например, информационная направлена на распространение информации об ассортименте продукции, услугах типографии через

различные каналы коммуникации. Данную стратегию используют, в первую очередь, для привлечения внимания к бренду.

Репутационная стратегия направлена на защиту репутации компании и ее бренд, что включает в себя различные меры для управления кризисами и реагирования на отрицательные отзывы.

Продвижение продаж способствует их увеличению путем привлечения новых клиентов, а также удержания уже существующих. Для стимулирования продаж типографии предлагают использовать тестовых образцов для подбора подходящего материала, скидки за услуги печати, разного рода отсрочки платежей.

Социальная стратегия создает положительное впечатление о компании в глазах общественности и укрепляет отношения с партнерами. Для этого типографии принимают активное участие в разного рода специализированных выставках-ярмарках, рекламируя свою продукцию, а также посещая выставочные площадки своих клиентов и благотворительные мероприятия.

В больших типографиях для реализации коммуникативной стратегии присутствуют отделы продаж. Они занимаются поиском новых клиентов, классификацией лидов, ведением и заключением сделок, а также оформлением документов, оценкой удовлетворенности клиентов и т. д.

Коммуникационные стратегии реализуются через тактики, которые выполняют функцию способов их осуществления в конкретной ситуации. Другими словами, коммуникационные тактики — совокупность практических ходов в реальном процессе коммуникативного взаимодействия, позволяющих достичь поставленных целей в конкретных ситуациях [3].

Заключение. Коммуникационные стратегии и тактики играют важную роль в полиграфической индустрии, позволяя компаниям эффективно взаимодействовать с клиентами и достигать успеха. Оптимизация коммуникационных стратегий и использование современных технологий также являются важными аспектами для достижения успеха в полиграфической индустрии.

Список использованных источников

1. Данилова, С. В. Деловые переговоры как основная форма деловой коммуникации / С. В. Данилова // Филология и лингвистика в современном обществе : материалы IV междунар. науч. конф., июнь 2016. — М., 2016. — С. 112–114.
2. Эффективные коммуникационные стратегии для менеджеров / Projecto [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://projecto.pro/blog/theory/effektivnye-kommunikacionnye-strategii-dlya-menedzherov/>. — Дата доступа: 06.09.2023.
3. Кириллова, Н. Н. Коммуникативные стратегии и тактики с позиции нравственных качеств / Н. Н. Кириллова. — Нижний Новгород : Вестник НГТУ им. Р. Е. Алексева, 2012. — С. 26–33.