

Студ. А. Б. Бакович
Науч. рук. А. П. Крачковский
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММУНИКАЦИЙ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ ОАО «МИНСКПРОЕКТМЕБЕЛЬ»

Многие предприятия несут большие затраты на отдельные инструменты коммуникаций, которые оказываются нерентабельными. Наиболее современный и быстроразвивающийся способ – продвижение в сети Интернет [1].

Объектом исследования является компания ОАО «Минскпроектмебель», которое специализируется на производстве корпусной мебели.

В своей коммуникационной политике предприятие использует комбинацию видов продвижения. Это акцент на рекламу и персональную продажу [2].

Средства рекламы, применяемые для продвижения мебели ОАО «Минскпроектмебель»: прямая реклама (по почте, лично); в прессе (газеты, журналы, справочники); печатная реклама (проспекты, каталоги, буклеты); наружная (плакаты, щиты); на месте продажи (на выставочных площадках).

Помимо этого ОАО «Минскпроектмебель» имеет свой сайт www.mprn.by, где постоянно вносятся изменения и усовершенствования. Также предприятие имеет сообщество Вконтакте, страничку в инстаграм и Facebook. Однако предприятие не делает акцент на соц. сети, учитывая, что количество подписчиков очень мало.

В результате исследований был выявлен ряд проблем: неэффективное расходование средств на рекламу в сети Интернет; слабое продвижение сайта и социальных сетей; отсутствие плана продвижения сайта, статистики его посещаемости.

Дальнейшее развитие интернет-коммуникаций ОАО «Минскпроектмебель» целесообразно на основе экономически обоснованных подходов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг [и др.]. – 12-е изд. – М.: Вильямс, 2009. – 1072 с.
2. Бизнес-план ОАО «Минскпроектмебель», 2019. – 33 с