

УДК 338

## СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ АВТОСЕРВИСА

Д. В. ТРЕБИН

Научный руководитель М. А. СИНИЦА, канд. техн. наук, доц.  
Белорусско-Российский университет

В настоящее время рынок автосервисов – сфера, обделенная вниманием маркетологов, поэтому может стать «золотой жилой» для тех, кто разбирается в этой теме.

Целью исследования является разработка стратегий по продвижению услуг автосервиса. В качестве объекта исследования выбрана организация ОДО «Glass-сервис» г. Могилева.

Предоставляемые услуги: замена автомобильных стекол, настройка развал-схождение, комплексное обслуживание автомобиля.

У организации есть свой веб-сайт: <http://glass-service.by>. Сайт занимает 156183 место в поисковой выдаче в Республике Беларусь. Основной объем трафика поступает из поисковика Яндекс – около 60 %, Google – около 40 %. При этом 92,6 % трафика из поиска Яндекс приходят из контекстной рекламы. Не используются реферальные ссылки.

Недостатки сайта: отсутствие структуры, неинформированность о перечне предоставляемых услуг, плохо проработан интерфейс сайта, отсутствуют отзывы клиентов, отсутствуют описания акционных предложений компании, нет возможности онлайн подать заявку на ответный звонок оператора или записаться для получения конкретной услуги компании, на странице с контактами не указан адрес компании.

В результате исследования разработаны стратегии маркетинговых коммуникаций для ОДО «Glass-сервис»: комфортная зона ожидания для клиентов, для каждого момента обращения свои дополнительные опции, создание нового сайта компании в виде landing page для продвижения бренда, представления себя на рынке и взаимодействия с клиентами, запуск контекстной рекламы на каждый продукт компании в отдельности и ведение карточки бизнеса в Яндекс и Google. Вместо генерации фейковых отзывов, клиентам автосервиса предлагается 5-процентная скидка на последующее обслуживание за оставленный отзыв. Создание и ведение страницы в социальных сетях, внедрение E-mail и SMS-рассылки с уведомлениями об акциях, напоминании о необходимости плановой диагностики улучшит обратную связь с клиентами, приведет к увеличению потока новых клиентов, повысит имидж организации, обеспечит ее высокий рейтинг.