

УДК 659

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

Е. С. РАДЬКОВА

Научный руководитель А. В. АЛЕКСАНДРОВ, канд. экон. наук, доц.  
Белорусско-Российский университет  
Могилев, Беларусь

На сегодняшний день из-за уровня насыщенности рынка ни один товар не может быть достаточно конкурентоспособным без использования комплекса маркетинговых коммуникаций. В состав комплекса входят четыре основных элемента: реклама, личная (персональная) продажа, стимулирование сбыта, связи с общественностью (паблик рилейшнз, PR).

В ходе исследования был изучен комплекс маркетинговых коммуникаций предприятия MEGATOR. Компания использует все основные элементы комплекса для продвижения продукции. Однако в коммуникационной политике предприятия можно выделить некоторые недостатки, в связи с чем сформулированы рекомендации по совершенствованию комплекса маркетинговых коммуникаций компании MEGATOR.

Изучение внутримаркетинговой рекламы показало, что компания использует аудиозаписи из своих рекламных видеороликов в качестве фоновой музыки в местах продажи. Однако акустические средства рекламы эффективнее, если они используются вместе с другими видами средств. Целесообразно установить в магазинах экраны и показывать на них эти рекламные ролики. Тем самым фоновая музыка будет служить аудиосопровождением к видеоряду, что позволит одновременно воздействовать на разные органы чувств посетителей магазинов.

В целях совершенствования стимулирования сбыта предлагается добавить акцию «–20 % для всей семьи», которая будет акцентировать внимание на том, что MEGATOR позиционирует себя как производитель обуви для всей семьи.

Результаты изучения PR-мероприятий компании свидетельствуют, что MEGATOR практически не использует такие приемы, как размещение информации на сайтах интернет-СМИ, тематических сайтах и сайтах с отзывами. Предприятию необходимо начать сотрудничество с ними. Также предлагается сотрудничать с популярными блогерами, контент которых сосредоточен на индустрии моды. Это улучшит репутацию и узнаваемость бренда. Кроме того, компании MEGATOR следует принимать участие в «Белорусской неделе моды», т. к. это привлечет внимание СМИ, потенциальных покупателей и модных агентств.

Говоря о личных продажах компании, стоит упомянуть, что на некоторых сайтах с отзывами присутствуют комментарии об очень низком уровне обслуживания в магазинах MEGATOR. Поэтому предлагается проводить для сотрудников тренинги по психологии общения с клиентами.

Таким образом, предложенные рекомендации будут способствовать повышению эффективности реализации комплекса маркетинговых коммуникаций компании MEGATOR.