

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА НА ПРИБОРОСТРОИТЕЛЬНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Зафар Нуриддинович Борисов

Сибирский государственный университет геосистем и технологий, 630108, Россия, г. Новосибирск, ул. Плахотного, 10, магистрант, тел. (953)862-57-20, e-mail: borisov.zafar@mail.ru

Аэлита Владимировна Шабурова

Сибирский государственный университет геосистем и технологий, 630108, Россия, г. Новосибирск, ул. Плахотного, 10, доктор экономических наук, зав. кафедрой фотоники и приборостроения, директор Института оптики и оптических технологий, тел. (905)950-93-01, e-mail: aelita_shaburova@mail.ru

В статье рассмотрено применение технологии интернет-маркетинга в деятельности приборостроительного предприятия. Проанализирован сайт предприятия, выявлены слабые и сильные стороны. Предложены меры по совершенствованию сайта предприятия.

Ключевые слова: маркетинг, интернет-маркетинг, социальные сети, корпоративный сайт, продвижение.

IMPROVING INTERNET MARKETING AT THE INSTRUMENT-MAKING ENTERPRISE

Zafar N. Borisov

Siberian State University of Geosystems and Technologies, 10, Plakhotnogo St., Novosibirsk, 630108, Russia, Graduate, phone: (953)862-57-20, e-mail: borisov.zafar@mail.ru

Aelita V. Shaburova

Siberian State University of Geosystems and Technologies, 10, Plakhotnogo St., Novosibirsk, 630108, Russia, D. Sc., Head of the Department of Photonics and Device Engineering, Director, Institute of Optics and Optical Technologies, phone: (905)950-93-01, e-mail: aelita_shaburova@mail.ru

The article discusses the use of internet marketing technology in the activities of a semiconductor enterprise. Analyzed the website of the enterprise, identified weaknesses and strengths. Measures to improve the website of the enterprise are suggested.

Key words: marketing, internet marketing, social networks, corporate website, promotion.

Интернет в современном мире является неотъемлемой и привычной частью жизни человека. Естественно, с распространением интернета, появляются новые методы продвижения, и сбыта товаров и услуг [9]. Благодаря этому появилось понятие интернет-маркетинг. Такой тип маркетинга позволяет охватить большую аудиторию и позволяет расширить деятельность предприятия на национальном и международном рынке. Интернет-маркетинг позволяет уменьшить затраты на рекламу и на персонал, который занимается продажами, также с помощью сервисом интернет-маркетинга можно легко следить за деятельностью предприятия, выявлять слабые и сильные стороны, и оперативно принимать решения [2].

В современных условиях предприятия зачастую игнорируют данный вид продвижения продукции. Работая по старому принципу, предприятия упускают множество потенциальных клиентов, тем самым уменьшают свою прибыль [3].

Новосибирский завод полупроводниковых приборов с особым конструкторским бюро (НЗПП с ОКБ) один из крупнейших в стране изготовителей электронных компонентов – интегральных микросхем и дискретных полупроводниковых приборов. Числится в составе холдинговой компании «Росэлектроника». Предприятие имеет широкий ассортимент продукции:

- стабилитроны;
- стабисторы;
- генератор шума;
- ограничители напряжения;
- диодные матрицы;
- микропроцессорный комплект;
- КМОП БИС;
- КМОП логические микросхемы среднего быстродействия;
- КМОП логические микросхемы повышенного быстродействия [6].

Для маркетингового продвижения интегральных микросхем и дискретных полупроводниковых приборов, необходимо проанализировать используемые маркетинговые коммуникации, выявить сильные и слабые стороны предприятия по привлечению клиентов и нахождению каналов сбыта выпускаемой продукции и на основе этих данных разработать меры по улучшению маркетинговой системы [8].

На сегодняшний день, практически все предприятия имеют представительство на просторах интернета в виде полноценного сайта, группы в социальных сетях, страниц, блога. Именно поэтому, необходимо рассмотреть продвижение в сети и применение интернет-технологий [4].

Сайт определяет лицо компании, поэтому он должен соответствовать основным критериям хорошего сайта: удобная навигация, привлекательный дизайн, качественная оптимизация [7]. Регулярно должна проводиться работа над кодом сайта, структурированием и оснащением актуальными данными. В результате исследования проведен анализ сайта предприятия «НЗПП с ОКБ» [6] по всей его структуре и выявлены преимущества и недостатки (табл. 1).

Таблица 1

Анализ структуры сайта

Структура сайта	Содержание	
	преимущества	недостатки
Главная страница	Представлена информация о предприятии и видах ее деятельности	Новостная колонка не обновлялась с 2017 г.
Главная страница	Присутствует кликабельная ссылка на все возможные лицензии, сертификаты, удостоверения	

Структура сайта	Содержание	
	преимущества	недостатки
Раздел история	Представлены знаменательные события в жизни предприятия	Нет никаких знаменательных событий с 2004 г.
Раздел ОКБ	– Представлен визуальный ассортимент предлагаемой продукции; – Публикации ориентированные на клиентов	– Имеются вкладки без информации; – Нет никаких обновлений с 2009 г.
Раздел Продукция	Очень обширный ассортимент продукции и возможность скачать перечень продукции одним файлом	Отсутствие цены на продукцию
Раздел документация	Обширный список технической документации к продукции предприятия	Нет недостатков
Раздел услуги	Информативный список по производственным услугам предприятия	– Отсутствие цен; – Вкладки без информации
Раздел вакансии	– Информация о вакансиях на предприятия; – Контакты отдела по подбору персонала	Нет недостатков
Раздел контакты	Представленные все необходимые контакты для связи, а также банковские реквизиты	Нет недостатков
Раздел объявления	Перечень реализуемого оборудования	– Отсутствие цен; – Не обновлялась информация с 2015 г.
Раздел закупки	Представлен реестр закупок	Не обновлялась информация с 2015 г.
Раздел охрана труда	Документация по охране труда за 3 года	Нет недостатков

Не смотря на информативные разделы по ассортименту продукции выпускаемых предприятием и другой полезной информации, сайт обладает устаревшим дизайном, нет раздела, в котором была бы указана цена на изделия и услуги, предоставляемые предприятием, а также самое главное над, сайтом не ведется никакая работа.

На просторах интернета существует множество платформ, которые осуществляют анализ сайта по показателям продвижения [1, 10]. В ходе анализа система выдает, слабые и сильные стороны сайта.

В ходе анализа, системой было выявлено, что сайт обладает хорошей оптимизацией, также вывела недочеты, которые необходимо устранить.

Основными недочетами являются:

- нет контекстной рекламы (Яндекс.Директ, Google AdWords);
- сайт не адаптирован для мобильных устройств;
- индексация: Яндекс – 300, Google – 255, очень низкая позиция в поисковых системах;
- никакой активности в социальных сетях;
- нет отзывов на сайте;
- нет блога у предприятия;
- устаревшая новостная лента, информация не обновляется.

Такую проблему, как посещаемость сайта можно решить с помощью качественного контента на сайте с актуальными ключевыми словами, это значительно увеличит узнаваемость в поисковой выдаче. С помощью таких инструментов, как Яндекс.Директ, Google AdWords, можно увеличить количество ключевых слов – настроить их, добавить уникальные теги, которые будут подходить непосредственно потенциальным клиентам, также проанализировать основных конкурентов, чтобы ключевые поисковые фразы отличались от них [5].

Также одной из основных проблем является – адаптация сайта для мобильных устройств, так как мобильные устройства являются, повседневным, привычным атрибутом современной жизни человека и это тоже нужно учитывать при продвижении.

Активность в социальных сетях не имеют определенного значения на положение сайта в поисковых сервисах, при этом оказывает косвенное влияние на его продвижение. Социальные сети и видеохостинги имеют большое количество пользователей, которые могут стать потенциальными клиентами предприятия. Если использовать их грамотно, то можно весьма неплохо раскрутить сайт или другой проект.

Проанализировав присутствия предприятия НЗПП с ОКБ в интернете выделим сильные и слабые стороны компании, данные представлены в табл. 2.

Таблица 2

Сильные и слабые стороны продвижения предприятия НЗПП с ОКБ в Интернете

Сильные стороны	Слабые стороны
Информативный, научный и удобный сайт	Ограниченный контент сайта, информация не обновлялась на протяжении нескольких лет
Хорошая оптимизация сайта, быстрая загрузка	Устаревший, не красивый дизайн сайта
Выпускается качественная и инновационная продукция	Мало используются интернет-технологии для продвижения предприятия
Полная информация об ассортименте предприятия и предоставляемых услугах	Нет цен на эту продукцию и услуги, нет отзывов
Отсутствие посторонней и навязчивой рекламы	Не адаптирован к мобильным устройствам

Таким образом, учитывая данные полученные при анализе сайта обследуемого предприятия, в части продвижения продукции предприятия в интернете, чтобы улучшить свою позицию на рынке, необходимо сделать:

- изменить дизайн сайта, т. е. сделать его современным;
- обновить всю информацию о сайте и ввести его в рабочее состояние;
- использовать доступные сервисы для улучшения позиции сайта в поисковых системах (Яндекс.Директ, Google AdWords);
- установить минимизированный порог цены на продукцию;
- адаптировать сайт для мобильных устройств.

Реализация предложенных мероприятий приведет к увеличению узнаваемости НЗПП с ОКБ, увеличит количество пользователей, посещающих сайт, увеличит спрос на продукцию и услуги предприятия, что в совокупности приведет к получению новых клиентов и соответственно к увеличению прибыли предприятия.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Анализ сайта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://analizsaita.com> (дата обращения 21.03.2019).
2. Вирин Ф. Ю. Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов. – М. : Эксмо, 2010. – 114 с.
3. Губарец М. А. Продвижение и позиционирование в маркетинге, или как продвинуть любой товар : учеб.-практ. пособие. – М. : Дашков и Ко, 2012. – 224 с.
4. Епифанцев И. Д. Использование маркетинговых стратегий в интернет пространстве: Novainfo.ru. – 2017. – Вып. 17. – С. 148–151.
5. Наумов М. А. Оценка эффективности интернет-продвижения: Теория и практика продвижения бренда в сети. – Екатеринбург : Уральский государственный экономический университет, 2015. – 102 с.
6. НЗПП с ОКБ [Электронный ресурс] // Новосибирский завод полупроводниковых приборов с особым конструкторским бюро. – Режим доступа: <http://nzpp.ru> (дата обращения 21.03.2019).
7. Семантика [Электронный ресурс] // Хорошие и плохие сайты. – Режим доступа: <https://semantica.in/blog/ne-tonkaya-gran-khoroshie-i-plokhie-sajty-v-chem-raznicza.htm> (дата обращения 19.03.2019).
8. Студфайл [Электронный ресурс] // Теоретические основы продвижения товара на рынок. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/5348308/page:2> (дата обращения 19.03.2019).
9. Granfars [Электронный ресурс] // Маркетинг в современном мире. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/marketing/marketing.html> (дата обращения 19.03.2019).
10. PR-CY [Электронный ресурс] // Анализ сайта. – Режим доступа: <https://pr-cy.ru> (дата обращения 21.03.2019).

© З. Н. Борисов, А. В. Шабурова, 2019