

Секція: Ефективність маркетингової діяльності підприємства

Жело О.О.

магістрант

Одеської державної академії будівництва та архітектури

**ЕФЕКТИВНЕ УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ
«КафеЖело»**

Анотація. Для створення ефективної реклами необхідно постійно контролювати та перевіряти результати того чи іншого рекламного заходу. Відомий інструментарій не дає можливості контролювати всі рекламні точки дотику та слідкувати за ходом та розвитком рекламних подій. «Ручні» методи не відкривають нам широкий спектр можливостей деталізованого контролю та оцінки наслідків рекламної діяльності. Розроблена програма «Liman–ресторан» від компанії Limansoft – це автоматизований модуль зі спеціальними конфігураціями, заточеними під специфіку роботи певного підприємства.

Ключові слов. Автоматизація; програмне забезпечення; контроль; рекламна діяльність; ефективність.

Вступ. Ефективність управління залежить від багатьох чинників. Перший чинник – це кошти, адже саме від їхньої кількості, стає можливим використання різних каналів поширення та просування продукції, послуг тощо. Також ухвалення рішень про розмір асигнувань на стимулювання збуту; розробка бюджету; порівняння витрат на різні види реклами; ухвалення кількості повторів реклами (задня її ефективності); варіації ціни на рекламу в мас-медіа та інше.

Другий чинник – це час. Чим швидше і якісніше буде зроблена робота, тим більше це принесе користі та прибутку. Іншими словами: За певний проміжок часу буде виконано 2 задачі, замість однієї.

Третій чинник – автоматизація ділового підприємства. Точне координування об'ємів постачання та реалізації. Оптимізація зони замовлення. Контроль та перевірка результатів рекламної діяльності підприємства.

Стеження за витратами та доходами від рекламної кампанії чи інших заходів. Тому для ТОВ «КафеЖело» контроль та перевірка результатів рекламної кампанії має ключове значення. Ефективна реклама – великі об'єми продажів. Якщо брати сьогоднішній день, то на ринку представлена значна кількість програмного забезпечення вітчизняних та зарубіжних систем контролю.

Постановка завдання. Для впровадження програмних засобів контролю за ефективністю рекламних заходів відповідних до вимог підприємства ТОВ «КафеЖело», необхідно провести аналіз існуючих систем та створити технічне завдання для розробника відповідно до поставлених задач, які має здійснити програма.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сформовані наступні вимоги щодо ПЗ (програмних засобів або програмного забезпечення) контролю:

- Інтеграція з іншими автоматизованими системами та базами даних;
- Простота та гнучкість конфігурацій ПЗ;
- Захист інформації від несанкціонованого доступу;
- Ціна = Якість;
- Можливість доопрацювання ПЗ згідно специфіки роботи підприємства.

Зроблено інформаційно – аналітичний огляд існуючих аналогів ПЗ контролю згідно напрямку роботи підприємства. З ПЗ, які поширені на ринку СНД: «Clobbi», «УСУ», «Автор24», «РБС», «LimanSoft» та інші.

Постановка технічного завдання:

- Аналіз відповідності цілей та завдань рекламної діяльності та маркетингу підприємства (чи відповідає реклама нашим принципам та стратегії просування);
- Встановлення різниці між запланованими та фактичними витратами;
- Визначення результатів рекламної діяльності за певний час;
- Розробка заходів щодо поліпшення рекламної діяльності в перспективі;

Основним завданням контролю є перевірка правильності та ефективності самої концепції маркетингу. Він (контроль) відіграє подвійну роль: 1. Фіксація ходу реалізації плану; 2. Стеження за відхиленнями у ході реалізації плану.

Контроль за тим наскільки ефективно використана реклама дає змогу оптимізувати її, тобто зробити її більш ефективною. І як наслідок:

1. Збільшення рентабельності підприємства на 4 %
2. Економія 15% бюджету виділеного на рекламу
3. Наскільки об'єктивна рекламна діяльність підприємства. Чи не туманні перспективи...

Представлені ПЗ порівнювались за основними вартісно-функціональними характеристиками.

Висновки. В результаті було прийняте рішення впровадити ПЗ компанії Limansoft– «Liman - ресторан» для підприємства ТОВ «КафеЖело» з урахуванням потреб та специфіки роботи підприємства. За допомогою обраних параметрів, представлених спеціальним програмним забезпеченням «Liman – ресторан», з'являється можливість контролювати заплановані рекламні події, аналізувати та оцінювати їх, як окремо, так і у порівнянні наскільки ефективний той чи інший захід.

Список літератури:

1. Навчальні матеріали онлайн[Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані, 2010 – 2018. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/74014/marketing/etapi_kontrolyu_rezultativ_reklamnoyi_kampaniyi. – Назва з екрана.
2. Буковинська бібліотека - buklib.net[Електронний ресурс] : [Веб-сайт]. – Електронні дані, 2018. – Режим доступу: <http://buklib.net/books/27802/>. – Назва з екрана.
3. Берг Д.Б. Краткоеруководство по написанию тезисов доклада[Електронний ресурс]/ - Режим доступу: <http://kmu.ifmo.ru/file/stat/12/berg.pdf>. – Назва з екрана.
4. Продукти автоматизації вашого підприємства [Електронний ресурс]//Комплекс програм Liman/ - Електронні дані та прог. – Херсон : Бізнес системи, 1992. – Режим доступу: <http://limansoft.com>. – Назва з екрана.