

УДК 339.138

**ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В СЕТИ ИНТЕРНЕТ ОРГАНИЗАЦИИ ООО «MARKFORMELLE» И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ****Ю.Д. ЛЕВЧЕНКО***(Представлено: канд. филос. наук, доц. И.А. БОРТНИК)*

Данная статья содержит информацию об оценке эффективности основных направлений маркетинговых коммуникаций в сети Интернет организации ООО «Markformelle», таких как корпоративный сайт компании, деятельность в социальных сетях Instagram и «ВКонтакте», контекстная реклама, поисковая реклама и email-маркетинг. Также автором разработан комплекс мероприятий по повышению эффективности маркетинговых коммуникаций в сети Интернет.

В Республике Беларусь до настоящего времени осуществляется информатизация не только сфер человеческой деятельности, но и функционирования предприятий. Этот процесс требует от предприятий использования новых инструментов маркетинга на основе интернет технологий. Информатизация приводит к увеличению значения коммуникации, что, в свою очередь, повышает роль современных средств коммуникации, и в первую очередь Интернета.

В качестве объекта исследования, осуществляющего маркетинговые коммуникации в сети Интернет, была выбрана компания ООО «Markformelle». В настоящее время ООО «Markformelle» является одним из ведущих белорусских производителей женского, мужского и детского белья, одежды из трикотажа, чулочно-носочной продукции и различных аксессуаров. Эта торговая марка обладает 14 собственными фабриками и 180 фирменными магазинами в 4-х странах (Россия, Узбекистан, Казахстан и Беларусь) [1].

Маркетинговая деятельность организации ООО «Markformelle» в сети Интернет осуществляется с помощью различных инструментов: сайт, который является также интернет-магазином, аккаунты в социальных сетях (Instagram, ВКонтакте, Facebook и др.), контекстная реклама, поисковая реклама, email-рассылка. С помощью этих инструментов ООО «Markformelle» информирует пользователей о новинках ассортимента, скидках и розыгрышах, публикует полезную информацию по стилю, устраивает голосования, опросы и конкурсы.

Оценка эффективности корпоративного сайта. В целом, сайт организации «Markformelle» является эффективным. Сайт посещает значительное количество пользователей не только из Беларуси, но и из других стран. На сайте располагается вся необходимая информация для пользователей: история компании, контактные номера телефонов и адреса электронных почт, разделы «Новости», «Блоги» и др. [2]. Хорошая репутация бренда, современный дизайн сайта, удобство использования и нахождения информации, оформления заказа, личный кабинет, разделы сайта – все эти параметры привлекают пользователей. Однако, по сравнению с мартом 2021 года, посещаемость сайта в апреле 2021 года снизилась на 15,2% [3]. Возможно, это связано с сезонными явлениями (зимой холодно, потому, чтобы не выходить на улицу, можно заказать товар в Интернете), инфекцией COVID-19 (чтобы снизить риски заболевания, можно также купить товар в интернет-магазине) или с праздниками (посещаемость сайта в декабре 2020 года составила более 600 тыс. чел.).

Оценка эффективности аккаунта в социальной сети Instagram. В социальной сети Instagram «Markformelle» активно ведет свой профиль. В день публикуется примерно 2-3 публикации, проходят различные розыгрыши с известными брендами, конкурсы (лучшее фото в одежде от «Markformelle», лучшее фото в примерочной «Markformelle», конкурс принтов), опросы и голосования («Задай вопрос команде Markformelle», «Выбери скидку», «Выбираем цвета для будущих коллекций», насколько пользователи заинтересованы в определенном ассортименте, например, одежда для беременных женщин, цветные женские брюки), публикуются истории с информацией о новинках, напоминания о конкурсах и акциях [4]. Маркетинговые коммуникации также налажены и в комментариях под публикациями: команда отвечает на вопросы подписчиков, лайкает и отправляет реакции на комментарии. На рисунке 1 представлена сводная таблица аккаунта компании в Instagram за период с 15.02.2021 по 15.05.2021. В основном, показатели по большинству метрик значительно увеличиваются. За 4 месяца на аккаунт подписалось 35,2 тыс. человек, количество комментариев увеличилось на 965, количество сохранений – на 191. Однако количество лайков уменьшилось на 4578.

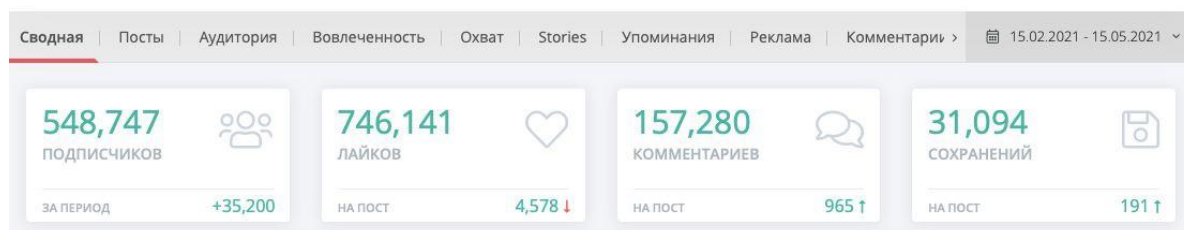


Рисунок 1. – Статистика аккаунта «Markformelle» в Instagram за период с 15.02.2021 по 15.05.2021

Оценка эффективности сообщества в социальной сети «ВКонтакте». В социальной сети ВКонтакте «Markformelle» не так активно ведет свой профиль. В день публикуется примерно 1-2 публикации. На странице публикуется только самая важная информация о новых товарах, о некоторых конкурсах и скидках [5]. Количество лайков, комментариев и репостов намного меньше, чем в аккаунте «Markformelle» в Instagram. Возможно, так как в Instagram организация намного активнее взаимодействует с аудиторией, то пользователи получают всю основную информацию именно в этой социальной сети. На рисунке 2 представлен график роста сообщества «Markformelle» ВКонтакте за период с 17.02.2021 по 17.05.2021. На графике видно, что сообщество развивается динамично. За 4 месяца на аккаунт подписалось 7884 человек, количество лайков увеличилось на 148, количество комментариев – на 74, количество репостов – на 45. Количество подписчиков увеличилось в связи с проходящим в настоящее время розыгрышем спортивного костюма от «Markformelle».

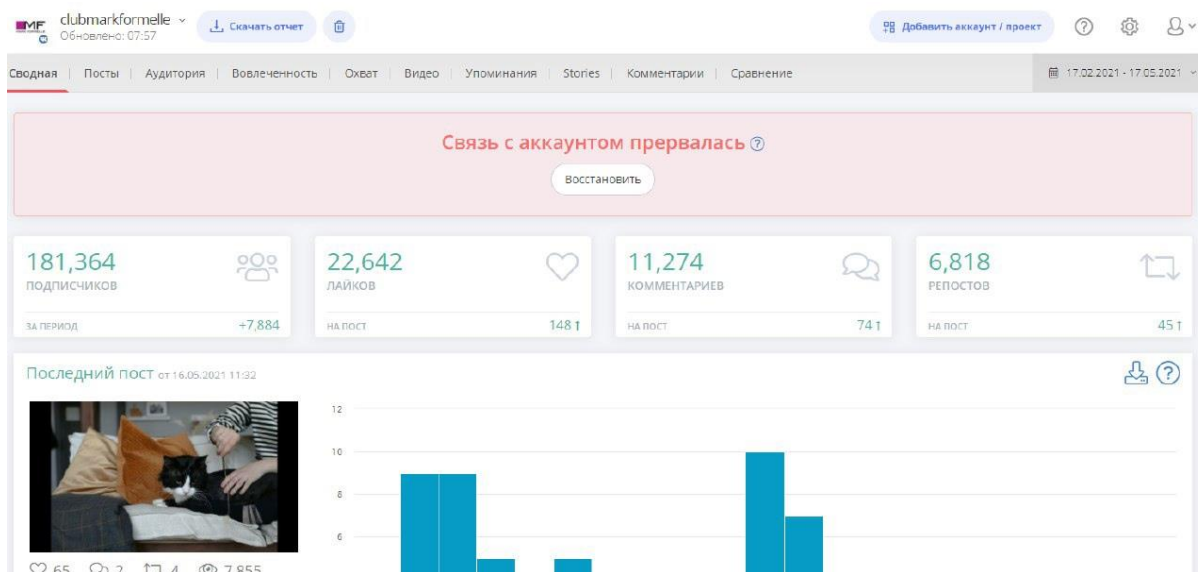


Рисунок 2. – Статистика сообщества «Markformelle» ВКонтакте за период с 17.02.2021 по 17.05.2021

Оценка эффективности контекстной рекламы, поисковой рекламы и email-маркетинга.

– **Контекстная реклама** в Instagram и ВКонтакте скорее является эффективной, так как сама реклама часто появляется в ленте ВК и историях и ленте в Instagram, что позволяет не только перенаправлять пользователей этих социальных сетей на свои страницы, привлекать новых клиентов, но и повышать узнаваемость бренда.

– **Текстовая поисковая реклама** редко появляется в поисковой сети Google. Она появляется только тогда, когда пользователь задаст запрос «марк формэль». Поисковая реклама «Markformelle» в виде фото также появляется редко.

– **Email-маркетинг.** Этот вид маркетинга является эффективным, так как «Markformelle» поощряет пользователей, которые подписаны на рассылку информации о новинках и акциях по электронной почте, с помощью скидок и конкурсов. Так, за подписку на рассылку «Markformelle» предоставляет скидку в размере 10% на свою продукцию. Также компания проводила конкурс среди пользователей, оставивших свой Email в Instagram, в котором главным призом являлся сертификат на 100 BYN в Markformelle. В этом конкурсе участие приняли 12434 пользователя.

Для того, чтобы повысить эффективность маркетинговой деятельности организации «Markformelle» в сети Интернет, мною было разработано 9 рекомендаций:

1. Сохранение темпов развития компании.
2. Создание системы дисконтных и накопительных карт для постоянных покупателей в Интернете.
3. Разработка сайта для покупателей из Узбекистана. Для покупателей из Беларуси, России и Казахстана есть отдельный сайт, а для покупателей из Узбекистана – нет.
4. Разработка мобильного приложения. Онлайн-каталог «Markformelle» с возможностью виртуальной примерки одежды. Так как рынок электронной коммерции активно развивается, то возможность примерить на себя различные образы и стили станет эффективным инструментом, который поможет увеличить продажи и удерживать покупателя.

5. Необходимо доработать контекстную поисковую и баннерную рекламу. Так как данный вид рекламы находится выше всех предлагаемых сайтов в поисковых сетях, то она позволяет направлять пользователя по рекламе. С помощью контекстной рекламы можно привлечь заинтересованных лиц и новых клиентов к своей продукции.

6. Новые рубрики. Социальные сети Instagram и ВКонтакте являются эффективной площадкой для продвижения бренда «Markformelle». Чтобы повысить вовлеченность аудитории в контент, можно добавить новые рубрики. Например, «Собери стильный образ», где подписчикам нужно будет составить образ для девушки или парня, выбрав из двух вариантов одежды «Markformelle» наиболее подходящую, по мнению подписчиков. Через некоторое время опубликовать историю, какой образ получился у стилистов «Markformelle» и разбор образов подписчиков. Также можно запустить рубрику, в которой подписчики будут присылать свои образы, а стилисты «Markformelle» будут делать разбор образа и давать рекомендации.

7. Геймификация. То есть применение игровых механик в социальных сетях для подкрепления лояльности к бренду. Например:

– Игра «Задача на логику». Для игры лучше всего использовать различные интеллектуальные задачи на логику и внимательность с товаром «Markformelle».

– Игра «Угадай по фото». В этой игре пользователи должны угадать, что изображено на фото. Это может быть фрагмент предмета, страна, место и т. д.

– Игра «Верю-не верю». Эта игра дает возможность поближе познакомиться подписчикам с компанией. Необходимо составить 5-10 фактов, которые будут содержать выдуманные и реальные события, связанные с «Markformelle». Следует выбирать необычные факты, чтобы подписчикам было интересно читать и отвечать [6].

8. Улучшение продвижения в социальной сети ВКонтакте с помощью голосований, опросов, игр.

9. Сотрудничество с блогерами. Например, создание коллекции с фото блогера на футболках или толстовках. Покупатели будут отмечать в историях Instagram геолокацию магазина или сам аккаунт «Markformelle» и аккаунт блогера. В результате увеличатся продажи компании и увеличатся охваты аудитории для блогера.

Таким образом, нами была оценена эффективность основных направлений маркетинговых коммуникаций в сети Интернет организации «Markformelle» и разработаны рекомендации по повышению эффективности маркетинговой деятельности в сети Интернет. Компания «Markformelle» эффективно использует большинство инструментов интернет-маркетинга. Ежемесячно сайт посещает большое число пользователей, аккаунты в социальных сетях Instagram и ВКонтакте динамично растут (увеличивается число подписчиков, лайков, репостов, комментариев и сохранений), компания использует контекстную рекламу, поисковую рекламу, а также email-маркетинг. Чтобы повысить эффективность маркетинговой деятельности в сети Интернет, компания может разработать приложение с виртуальной примеркой одежды, доработать контекстную рекламу, улучшить продвижение в сети ВКонтакте, добавить новые рубрики и использовать игры, которые могут заинтересовать пользователей, и сотрудничать с блогерами.

ЛИТЕРАТУРА

1. О компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://markformelle.com/info/about/>. – Дата доступа: 14.05.2021.
2. Интернет-магазин белорусской одежды Mark Formelle [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://markformelle.by/>. – Дата доступа: 14.05.2021.
3. markformelle.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.similarweb.com/website/markformelle.by/>. – Дата доступа: 14.05.2021.
4. Markformelle [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/markformelle/>. – Дата доступа: 14.05.2021.
5. Mark Formelle [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com/clubmarkformelle>. – Дата доступа: 14.05.2021.
6. Игры для вовлечения подписчиков в Instagram [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://livedune.ru/blog/igry_dlya_vovlecheniya_podpischikov_v_instagram. – Дата доступа: 15.05.2021.