MANAGEMENTUL MARKETINGULUI ÎN ÎNTREPRINDERILE CONTEMPORANE

Beatrice ROADEDEAL, studentă
CZU: 005:339.138
beatriceroadedeal@gmail.com

A modern, competitive economy, able to adapt to the current requirements of globalization, cannot be conceived without the existence of marketing. Modern marketing is considered today the essential factor of an organization's success, it being indispensable in the development of the organization from an economic and social point of view.

Therefore, marketing solves a global problem for society and the economy in regulating the divergences between the unlimited needs of people and the limited resources that can currently be involved in the production and marketing of goods and services that meet these needs.

Managementul marketingului reprezintă procesul de planificare și punere în practică a concepției, stabilirii prețului, promovării și distribuirii unor bunuri, servicii și idei destinate schimburilor cu anumite grupuri, care să satisfacă clientele și obiectivele organizației [1].

În totalitate, managementul marketingului vizează atingerea obiectivelor de marketing, având în vedere resursele organizației și situația pieței, precum planificarea și execuția activităților necesare pentru atingerea obiectivelor. Dacă acestea sunt îndeplinite corespunzător, nevoile consumatorilor sunt satisfăcute în condiții superioare, având loc, totodată, și eficientizarea activității organizației.

Analiza managementului marketingului în cadrul întreprinderii „TOPIMOBIL'' S.R.L. Întreprinderea „TOPIMOBIL'' S.R.L. reprezintă o firmă de construcții puternică, în continuă dezvoltare, ce încearcă să corespundă exigențelor schimbătoare ale clienților actuali, dar și a celor potențiali. Aceasta pune un accent deosebit pe procurarea unor produse modernizate și originale, de o calitate înaltă, iar prin toate aceste aspecte, întreprinderea reușește să atragă mai mulți clienți și, de asemenea, ocupă o poziție fruntașă în comparația cu concurenții, fapt ce este confirmat de tabelul ce urmează:

Tabelul 1

Analiza poziției întreprinderii „TOPIMOBIL” S.R.L.
comparativ cu concurenții săi

Factor-cheie	***Coeficient de importanță***	***TOPIMOBIL SRL***	***Concurentul 1 DANSICONS SRL***	***Concurentul 2 RECONSCIVIL SRL***	***Concurentul 3 INAMSTRO SRL***
Politica sortimentului	*2.0*	9 (18.0)	8 (16.0) *(-2.0)*	9 (18.0) *(0.0)*	7 (14.0) *(-4,0)*
Politica de preț	*1.5*	10 (15.0)	8 (12.0) *(-3.0)*	8 (12,0) *(-3.0)*	7 (10.5) *(-4.5)*
Calificarea personalului	*1.3*	10 (13.0)	9 (11.7) *(-1.3)*	9 (11.7) *(-1.3)*	8 (10.4) *(-2.6)*
Noile tehnologii de muncă	*1.2*	9 (10.8)	10 (12.0) *(+1.2)*	8 (9.6) *(-1.2)*	9 (10,8) *(0,0)*
Politica de promovare a vânzărilor publicitate	*1.7*	6 (10.2)	9 (15.3) *(+5.1)*	7 (11.9) *(+1.7)*	8 (13.6) *(+3.4)*
Calitatea produsului	*1.2*	10 (12.0)	10 (12.0) *(0.0)*	9 (10.8) *(-1.2)*	8 (9.6) *(-2.4)*
Recunoașterea întreprinderii, reputația acesteia	*1.1*	8 (8,8)	9 (9.9) *(+1.1)*	9 (9,9) *(+1,1)*	8 (8,8) *(0,0)*
Total	***10.0***	**62 (87,8)**	**63 (88.9) *(+1.1)***	**59 (83.9) *(-3,9)***	**(77.7) *(-10.1)***

Sursa: Elaborat de autor.

Mixul de marketing al întreprinderii „TOPIMOBIL” S.R.L.

- **Politica de produs**

În prezent, „TOPIMOBIL” S.R.L. oferă potențialilor clienți o gamă largă de servicii și se anticipează ca cererea pentru aceste servicii să aibă o evoluție ascendentă în perioada ce urmează.

- **Politica de preț**

Întreprinderea „TOPIMOBIL” S.R.L. se bazează pe strategia prețurilor moderate, întrucât administrația întreprinderii pune un accent sporit pe atragerea unui număr cât mai mare de clienți, atât prin oferirea unor servicii la prețuri accesibile, cât și prin realizarea la un nivel înalt a lucrărilor.

- **Politica de distribuție**

„TOPIMOBIL” S.R.L. își prestează serviciile către clienți prin semnarea unui contract de prestare a serviciilor încheiat cu beneficiarii

în calitate de persoane juridice autohtone din regiuni și din afara orașului Chișinău, cât și direct cu clienții în calitate de persoane fizice.

- **Politica de promovare**

Întreprinderea „TOPIMOBIL" S.R.L. utilizează cartea de vizită, platforma 999.md și broșurile informative pentru a promova serviciile sale și a transmite diverse mesaje promoționale.

Proiect de eficientizare al managementului de marketing al întreprinderii „TOPIMOBIL'' S.R.L.

„Crearea unui website de prezentare a întreprinderii „TOPIMOBIL'' S.R.L.''

Scopul proiectului este de a spori cota vânzărilor, printr-o prezentare în mediul online a serviciilor companiei „TOPIMOBIL" S.R.L.

Obiectivele proiectului de eficientizare:

- creșterea venitului din vânzări cu aproximativ 10% după primul an de implementare a website-ului de prezentare;
- atragerea unui număr mai mare de clienți și obținerea încrederii acestora;
- crearea unei imagini online de succes a companiei „TOPIMOBIL" S.R.L.;

Tabelul 2

Descrierea echipei de realizare a proiectului

Nr. d/o	Funcția	Responsabilități în cadrul proiectului	Implicare efectivă (Durata, zile)
1.	*Manager proiect*	Coordonarea proiectului și asigurarea unei implementări de succes a acestuia.	31
2.	*Web designer*	Alegerea design-ului website-ului și a logo-ului întreprinderii, elaborarea design-ului de interfață pentru website, crearea de ilustrații și bannere, desenarea website-ului.	8
3.	*Front-end developer*	Programarea website-ului și lucrul asupra contentului care va fi afișat pentru versiunea preliminară, testarea website-ului.	15
4.	*Back-end developer*	Programarea website-ului care va fi afișat pentru versiunea preliminară, testarea website-ului.	

Crearea unui website de prezentare a întreprinderii va contribui la sporirea semnificativă a cotei de vânzări, respectiv va crește semnificativ venitul din vânzări. De asemenea, acest proiect va oferi posibilități nelimitate de creștere a numărului de clienți, vânzarea serviciilor va fi mult mai eficientă și promovarea acestora se va realiza la un nivel mai avansat. Ofertele vor fi expuse mult mai atractiv, fiind la dispoziția unui public mai larg. Mai mult decât atât, mediul online va asigura un interes puternic pentru „TOPIMOBIL" S.R.L.

➢ **Rolul unui website de prezentare:**

- Prezintă informațiile importante despre companie, produse, servicii.
- Transformă simpli vizitatori online în clienți.
- Aduce notorietate brandului, deoarece dezvoltă o imagine online de succes.
- Oferă credibilitate potențialilor clienți, prin aspect și funcționalități.
- Creează o primă impresie de neuitat.

Realizarea unui website de prezentare va fi o investiție de succes pe termen lung pentru întreprindere. Acest proiect va contribui într-o măsură esențială la majorarea venitului din vânzări și la atragerea unui număr mare de clienți, care pot deveni fideli. Prezența întreprinderii „TOPIMOBIL" S.R.L. în mediul online va constitui un punct forte al dezvoltării managementului de marketing. Aceasta este o metodă rentabilă din punct de vedere financiar, deoarece costurile de realizare și întreținere sunt eficiente, ceea ce reprezintă un aspect pozitiv pentru situația la moment a întreprinderii.

***Referințe*:**

1. KOTLER, Philip. *Managementul marketingului.* București: Teora, 2008. 1161p.
2. ASOCIAȚIA ROMÂNĂ DE MARKETING. *Marketing-Management studii, cercetări, consulting*. București, 2005-2008. 380 p.

Recomandat
Svetlana MIRONOV, dr., conf. univ.