ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА

Елена САУЛЯ (ЯЛОВЕГА)

CZU: 339.138:004:334.73(478) ialovegaelena21@gmail.com

Currently, electronic marketing is an integral part of the strategy for many companies aiming to enhance their competitiveness and expand their market. In the context of the modern economy, where an increasing number of products and services are available in an online format, the effective utilization of electronic marketing methods and tools becomes critically important for the success of businesses. Based on this, conducting research on the trends of electronic marketing development in enterprises in the Republic of Moldova, using SCP «Parsec» S.R.L. as an example, represents a relevant and necessary task for the formation of effective marketing strategies and making practical decisions in this field.

Развитие электронного маркетинга стало одним из самых важных и влиятельных трендов в области бизнеса, маркетинга и информационных технологий за последнее десятилетие. Оно революционизировало способ, которым некоторые компании продвигают свои продукты, а появление социальных сетей предоставляет потенциал для революционизации способа взаимодействия между бизнесом и потребителями.

Предприятие SCP «Parsec» S.R.L. начало свою деятельность в 2016 году и является комплексным агентством по связям с общественностью и рекламой, состоящим из высококвалифицированных профессионалов, которые обладают многолетним опытом работы в своих сферах. SCP «Parsec» S.R.L. предоставляет высококачественные услуги в следующих областях: разработка коммуникационных стратегий; управление кризисной коммуникацией; создание медийных кампаний; размещение материалов в СМИ; управление общественной репутацией; организация мероприятий и логистика; разработка и управление цифровой коммуникацией; разработка кампании с использованием инфлюенсеров; дизайн и веб-дизайн; брендинг; производство видео- и фотоматериалов; исследование рынка и аудитории и др.

Основная цель предприятия – через услуги и продукты, которые предоставляет компания, вводить инновации в область коммуникации и PR, которые трансформируются в измеряемые результаты, принося достижения и узнаваемость в публичной сфере.

Компания обладает такими показателями, как финансовая устойчивость, стабильность и профессионализм. Внутренняя политика компании позволяет уверенно удерживать высокие позиции на рынке и ежегодно увеличивать число клиентов, а также гибко адаптируется к изменяющимся требованиям рынка.

В процессе исследования маркетинговой среды предприятия SCP «Parsec» S.R.L. были проведены следующие аналитические подходы: анализ конкурентной среды с применением метода пяти сил Портера, PEST-анализ и SWOT-анализ. На основе полученных результатов автор пришел к выводу, что наиболее существенными факторами являются угрозы, связанные с появлением новых участников на рынке, в то время как PEST-анализ показал благоприятность среды и наличие многочисленных положительных факторов, подтверждающих сильное положение компании на рынке. Однако, для обеспечения дальнейшего роста прибыли необходимо уделить особое внимание технологическим аспектам, поскольку их улучшение может оказать значительное влияние на успех предприятия. SWOT-анализ выявил сильные стороны предприятия и ключевые факторы, определяющие его успех, включая широкий спектр предлагаемых услуг, высокий профессионализм персонала, индивидуальный подход к клиентам, более чем 7-летний опыт работы на рынке, удобное месторасположение офиса и способность эффективно противостоять значительному конкурентному давлению.

Предприятие SCP «Parsec» S.R.L. не продвигает и не рекламирует себя в медиапространстве. Из-за политики высоких цен и наличия высококвалифицированного персонала предприятие не имеет необходимости рекламировать свои услуги, а его клиенты приходят по рекомендациям.



Рис.1. Интерфейс сайта предприятия SCP «Parsec» S.R.L

Источник: Официальный сайт предприятия [5]

SCP «Parsec» S.R.L. имеет свой сайт https://parsec.md/, страницы в социальных сетях, таких как: Facebook и LinkedIn, где клиенты могут получить общую информацию об услугах компании, а также связаться с ее представителями для консультации.

Опираясь на данную информацию, автор проанализировал эффективность применения методов и инструментов электронного маркетинга на примере кампаний, которые предприятие SCP «Parsec» S.R.L. разработало для своих клиентов, включая Проект «Здоровый образ жизни: снижение бремени неинфекционных заболеваний» при поддержке Министерства здравоохранения, труда и социальной защиты Республики Молдова, разработка кампании „Vin la Kaufland!” для Kaufland Moldova и коммуникационная кампания „Mănâncă sănătos!” для Youth Klinic. Каждый проект включал разработку концепции кампании, размещение онлайн-баннеров в сети Google, создание Landing Page, графических материалов, проведение кампаний в социальных сетях, подготовку материалов для СМИ и прочих действий. Таким образом, можно сделать вывод, что предприятие обладает необходимыми навыками и компетенциями для успешного продвижения своих услуг самостоятельно.

Далее автор разработал программу продвижения деятельности SCP «Parsec» S.R.L. используя текущие новшества в области электронного маркетинга, а именно: создание учетной записи в Google My Business; внедрение чат-бота с ИИ на сайт; создание цифровых документов с применением FlippingBook; улучшение позиции сайта в поисковых системах с помощью метода SEO; использование различных социальных сетей для расширения онлайн-присутствия; применение маркетинг влияния и видеомаркетинга. Использование бесплатных инструментов продвижения в сочетании с затратными мерами может помочь предприятию SCP «Parsec» S.R.L. достичь успеха в онлайн-пространстве и привлечь новых клиентов, что сделает компанию более конкурентоспособной на рынке.

В заключении можно сказать, что электронный маркетинг является неотъемлемой частью современного бизнеса и является эффективным инструментом для продвижения продукции и услуг на рынке. Компания SCP «Parsec» S.R.L., занимающаяся коммуникацией и PR, не исключение. Следует учитывать, что в современном мире эффективность продвижения продукции и услуг в интернете может существенно повлиять на успех бизнеса, поэтому использование электронного маркетинга в работе с медиапространством является актуальным и важным элементом работы любой компании, включая SCP «Parsec» S.R.L.

Библиография:

1. Закон о предпринимательстве и предприятиях, №845-XII от 03.01.1992. В: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova,* 1992, №2, с.33.
2. KOTLER, P., KARTAJAYA, H., SETIAWAN, I. *Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital.* Publisher: Wiley, 2016. 208 p.
3. КОТЛЕР, Ф. *Основы маркетинга. Краткий курс.* Москва: Изд–во Вильямс, 2007. 656 с.
4. ПОРТЕР, М. *Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов.* Москва: Альпина Паблишер, 2016. 456 с.
5. Официальный сайт предприятия SCP «Parsec» S.R.L. https://parsec.md/

Recomandat
***Nadejda NAZAR**, dr., conf. univ.*