

## Маркетинг и интернет пространство.

ОАО «Манотомь» откликается на новые требования рынка и технологии продаж, используя максимальную актуализацию компании в Интернет пространстве. За последний год мы ведем целевую работу именно в интернете. Во-первых, мы стремимся к тому, чтобы поиск нашей компании в интернете был максимально быстрым и удобным. Для этого мы размещаем информацию о нашей компании (и ссылку на сайт) на специализированных ресурсах, в различных Интернет-изданиях или электронных версиях печатных СМИ. Также просматриваем наиболее посещаемые рекламные площади и размещаемся на них.

Другое направление работы в интернете – повышение качества самого сайта. Наша цель – сделать информацию доступной, а её восприятие – легким. Это является актуальной задачей, поскольку сайт для нас – важный инструмент продаж. По результатам исследований, около 65% наших клиентов получают информацию о новинках нашей компании и ценовых изменениях через сайт. Шесть потребителей из 10 пользуются сайтом, чтобы произвести заказ, ознакомиться с продукцией, проконсультироваться с различными специалистами, остальные четверо предпочитают взаимодействие по телефону. Около 50% всех клиентов осуществляют заявки на приобретение приборов, используя наш интернет-ресурс.

Такие показатели объясняются возможностями нашего «интернет-представительства»: здесь можно увидеть информацию о всей продукции завода «Манотомь», получить онлайн-консультацию специалиста, найти конкретные приборы, введя все его параметры, и сделать заказ. С другой стороны, сказывается тенденция увеличения электронных торгов, ориентирования тендерных комитетов на работу в сети. Кроме того, наши основные потребители: нефтегазовые, энергетические компании, горнодобывающие холдинги, предприятия химической отрасли, - очень много информации размещают в электронном виде. Мы вынуждены реагировать таким же способом.

Для привлечения новых деловых партнеров, покупателей и заключения с ними контрактов мы используем следующие инструменты:

1. Специализированные отраслевые выставки, где проводим работу с потенциальными клиентами.
2. Целевые презентации своей компании и продукции, технические семинары для конкретных потребителей.
3. Адресная работа менеджеров. Благодаря открытости и доступности информации об основных игроках рынка и наших потребителях, менеджеры, закрепленные за определенным регионом, ведут целевую работу. Они звонят, переписываются, обеспечивают рассылку коммерческих предложений. Кстати, у нас существует специальный факс-сервер, куда стекаются отчеты менеджеров по работе, благодаря чему мы можем корректировать маркетинговую политику компании.

Вплоть до прошлого года мы старались присутствовать на основных отраслевых выставках – теперь больше стремимся работать адресно. То есть складывается тенденция сокращения расходов на поездки, и увеличения вложений в личностное взаимодействие с клиентом, в том числе, через Интернет. Например, мы планируем создать альтернативный сайт, менее разветвленный и подробный, где будет содержаться информация первостепенной важности. Для того чтобы выяснить, какой должна быть оптимальная структура такого сайта, мы проводим различные мониторинги потребностей клиентов. Потребитель может оставить информацию о том, что его устраивает, и что он хотел бы изменить. Собирая данные о потребностях клиентов, мы стремимся сделать сайт максимально удобным. Разумеется, мы выявляем сначала тенденцию, а не ориентируемся на единичные пожелания.

Акцент на работу через Интернет еще связан и с сокращением некоторых статей расходов. Например, ужат бюджет на рекламу. А работа через электронные ресурсы позволяет существенно экономить.

В маркетинге выделяют отдельный инструмент — интернет-маркетинг (on-line - маркетинг), который позволяет работать с большой аудиторией. Это практика использования всех аспектов рекламы в Интернете для получения отклика потребителя. В него входят — поисковый маркетинг (поисковая оптимизация сайта), банерная реклама, , вирусный маркетинг, интерактивная и e-mail — реклама. Он является составляющей электронной коммерции.

Наряду с сайтом, остается и традиционный метод совершения сделки по телефону. Некоторым клиентам проще позвонить и задать интересующий вопрос менеджеру. Они действуют по такому принципу, как я думаю, - потому что так привыкли, считают, что так проще. Хотя можно обойтись одним сайтом: принять решение о покупке и заказать товар. Но раз клиенту комфортнее использовать телефон в силу каких-то психологических причин, удовлетворяем такую потребность.

**количество продукции (от общего числа) реализовано по заявкам, пришедшим на сайт- (до 48% )**

### **Что будет, если сайт перестанет работать? Как обезопасить себя?**

Остановка работы сайта несет убытки для компании, поэтому необходима достойная техническая поддержка и обеспечение бесперебойности его работы. Один из способов защиты - размещение сайта на внешнем хостинге (ресурсы серверов других компаний), покупка нового сервера. Сайт - сложная структура, работу которой обеспечивают технические специалисты нашей компании, провайдеры.

Главное для компании — удовлетворение ожиданий потребителей, обеспечение их надежными в эксплуатации и доступными по цене приборами. Мы стремимся, чтобы одним из основных инструментов оптимальной работы с потребителем является наш сайт, функционирующий в интернет пространстве.

Приглашаем всех потребителей для совместного диалога на сайт нашей компании  
[www.manotom-tmz.ru](http://www.manotom-tmz.ru)

Андреева Ирина  
Начальник отдела маркетинга ОАО «Манотомь»