

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВЕБ-ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Web-сайт компании обычно выступает центральным элементом коммуникативной политики, проводимой в Интернете, и предоставляет компании широкий ряд дополнительных возможностей, повышая эффективность рекламных мероприятий [1].

На начальном этапе разработки web-сайта определяется целевая аудитория. Компания ЧТУП «РегионИмпульс» занимается производством окон из ПВХ, балконных рам и дверей, целевая аудитория – это частные клиенты (люди от 25 до 60 лет со средним уровнем дохода). Далее определяются задачи, которые необходимо решить, и необходимые инструменты, которые должны быть реализованы на сайте. Так как основная задача ЧТУП «РегионИмпульс» повысить объем продаж, то необходимыми элементами сайта являются контакты, услуги, прайс-лист, акции и скидки, информация о компании и калькулятор услуг. Инструменты, которые могут быть использованы на сайте для передачи информации, обеспечивают практически весь набор маркетинговых коммуникаций, а именно: реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью (пиар). Следующий шаг направлен на привлечение и удержание целевых групп: использование программ поискового и непоискового продвижения сайта, проведение рекламной имиджевой кампании (наружная реклама, реклама в СМИ и т.д.) и стимулирующих акций по привлечению посетителей на сайт.

Для создания web-сайта компании ЧТУП «РегионИмпульс» была выбрана система управления контентом (CMS) WordPress. Для работы с CMS-системой WordPress был выбран локальный сервер Denwer, в котором установлена утилита phpMyAdmin для работы с базой данных MySQL. Также при создании динамического web-сайта компании ЧТУП «РегионИмпульс» в WordPress использованы скриптовый язык программирования PHP, язык разметки HTML, каскадные таблицы стилей (CSS) и язык программирования JavaScript.

Современные информационные технологии

Применение информационных технологий в экономике и управлении

Литература

1 Успенский, И. В. Интернет-маркетинг: Учебник / И. В. Успенский. – СПб.: Изд-во СПбГУЭиФ, 2003. – 403 с.