ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ

TOOLS FOR IMPROVING THE EFFECTIVENESS OF INTERNET COMMUNICATION IN THE ACTIVITIES OF COMPANIES

УДК 659

Молоствова Ольга Викторовна, Магистр, студент кафедры ИКиР ФРиСО, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Российский государственный гуманитарный университет»

Molostvova Olga Viktorovna, Master's degree, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education, "Russian State University for the Humanities», E-mail: olechka.molostvova@icloud.com

Аннотация

Интернет – коммуникация в современной деятельности компаний довольно инновационный феномен. Сегодняшняя ситуация с пандемией заставила задуматься многие компании перевести свой бизнес в онлайн-формат и интернет-коммуникации, а также новые механизмы для эффективности бизнеса компаний уже реальность.

Abstract

Internet communication in the modern activity of companies is quite an innovative phenomenon. The current situation with the pandemic has made many companies think about moving their business to an online format and Internet communications, as well as new mechanisms for the effectiveness of companies ' business are already a reality.

Ключевые слова: интернет, интернет-сеть, сеть, информация, коммуникация.
Keywords: internet, internet network, network, information, communication.

Интернет-коммуникация – довольно инновационный феномен современного общества. Интернет-коммуникация в бизнесе компаний давно не иллюзия и с началом пандемии этот феномен лишь закрепился в деловой коммуникации компаний.

Применение интернет-коммуникаций в деятельности различных компаний активно функционирует. Это и SMM, CRM-системы, тайм-менеджмент и taske-трекинг и многое другое, рассмотрим подробнее.

Интернет-коммуникации могут быть корпоративными, финансовыми или маркетинговыми, если к первым двух относится прибыль компании и повышения качества работы сотрудников, то последнее подразумевает применение совершенствования в рекламных кампаниях, расширение возможностей кампании, расчет рекламного продукта, расчет и повышение эффективности запланированного мероприятия.

SMM-деятельность активно используют практически все российские компании. Возможности повышения эффективности работы компаний с применением интернет-коммуникаций в маркетинговой деятельности довольно высоки. Здесь схемы часто схожи с зарубежными моделями интернет-коммуникаций.

Преимуществами интернет-коммуникаций является мобильность, то есть возможность находиться в режиме доступа постоянно, ответить на сообщение или письмо-email, находясь уже не на работе, а в любом другом месте. Высокая эффективность позволяет повысить интернет-коммуникации, например, посредством видеоконференции с клиентами компании или слаженной работы всех сотрудников воедино. Также ведение компании с помощью интернет-коммуникаций помогает постоянно быть в курсе последних новинок, тенденций, наблюдать за деятельностью конкурентов и появлению новых идей и проектов.

Одним из эффективных инструментов для совершенствования интернет-коммуникаций является CRM-системы. Данный инструмент помогает

компаниям поддерживать актуальную базу данных по клиентам, регулярное хранение информации по управлению продажами, в том числе управлению продажами. Обеспечение правильного документооборота, тайм-менеджмент, task-трекинг для сотрудников также повышает интернет-коммуникации.

Многие российские компании используют для повышения интернет-коммуникаций самописные CRM-системы, например, многие компании применяют в деятельности компании систему Битрикс24 и Мегаплан. На базе этих платформ происходит вся работа сотрудников компании, а бизнес успешно развивается и совершенствуется в канале интернет.

Также рассмотрим успешные практики применения интернет-коммуникаций и поддержания эффективной работы. Данными примерами являются ведение социальных сетей «ВКонтакте» и «Instagram», контента, который публикуют компании, разработки сайта, его удобства применения у пользователей и наполнение сайта.

Повышение эффективности включает следующие составляющие: повышение взаимодействия компаний в социальных сетях, развитие клиентской базы, проведение таргетированной рекламы в социальных сетях, улучшение контента на сайте компании (данная работа необходима регулярно, так как конкуренция на рынке велика и современные технологии развиваются молниеносно), все эти направления являются работой маркетологов.

Для того, чтобы повысить эффективность в социальных сетях компаниям необходимо уделять больше времени разрабатываемому контенту, который публикуется. По мнению исследователей Уваровой Е. и Якимова Е. «Несмотря на то, что в данной социальной сети реклама отсутствует, есть множество вариантов, как продвинуть ваш аккаунт и стать популярным и узнаваемым», «для успешного продвижения аккаунта необходимо реагировать на ваших подписчиков, клиентов, отвечать на вопросы о компании, товарах и услугах» [1, 263с.] Данные схемы и советы, предложенные авторами, работают не только в сети Instagram, но и в других социальных сетях. Ведь активное наполнение интересным контентом, позволяет привлечь внимание клиентов к деятельности

компании и товарам и услугам, которые она предлагает.

Также регулярно необходимо проводить конкурсы для посетителей, можно предложить скидку или бесплатный подарок в качестве бонуса, такие активности в социальных сетях собирают большое количество участников-потенциальных клиентов компании.

Анисимов С. Предлагает интересные механизмы по продвижению собственного сайта или сайта компании с целью повышения эффективности интернет-коммуникации с пользователями. [2, 220с.] Автор отмечает, что в интернет-маркетинге существуют четкие критерии успешности веб-проекта: рост посещаемости, увеличение конверсии и прибыли. В тексте его книги изложены принципы работы поисковых систем, результаты исследований экспертов и авторские наработки по продвижению сайтов. При этом книга задумывалась именно как практическое руководство по поисковой оптимизации, поэтому материал представлен в максимально простой форме, а все рекомендации приведены по принципу "бери и делай". Книга способна помочь методиками собственникам и топ-менеджерам бизнеса, начинающим и опытным специалистам по продвижению, интернет-маркетологам, дизайнерам, веб-программистам, студентам, а также всем, чьи интересы и деятельность непосредственно связаны с Интернетом и интернет-коммуникациями. [2, 220с.]

Таким образом, для повышения эффективности интернет-коммуникации в компании необходимо настраивать взаимодействие с пользователем, а именно потенциальным клиентом компании посредством активной работы с социальными сетями компании, приросту клиентов и обработке выходящего контента, который следует использовать качественный и полезный для пользователя. Также следует особое внимание уделять политике сайта, его разработке и постоянной модернизации. Еще следует взять на заметку постоянный мониторинг партнерских сайтов, то есть конкурентов, внимание необходимо обращать на контент, подачу материала, баннеры, идеи, который, кстати, успешно заимствуют одна компания у другой. Разнообразие каналов коммуникации упрощает работу компаний, однако следует все же начать с одной

социальной сети, а уже при ее успешной функциональности можно развивать и остальные. Как советуют авторы, к работам которых мы обращались при написании статьи, следует попробовать с развития социальной сети Instagram, хоть данная социальная сеть и не несет прямой рекламы, но позволяет наладить интернет-коммуникацию с пользователем, проводить таргетинг на своей площадке и даже открыть магазин, для тех компаний, которые торгуют товарами. Полезными советами здесь являютя: использование видео, фото и аудио контента, применение метода обзоров новых товаров или услуг, полезным будет показать внутреннюю кухню компании, так как пользователям это будет очень интересно. В том числе популярные блогеры и «звездные гости» могут обеспечить рекламу, которая также приведет новых клиентов на социальную страницу компании т повысит эффективность интернет-коммуникации с компании.

Ну и конечно внутренняя коммуникация между сотрудниками компании посредством интернета должна развиваться посредством мессенджеров, корпоративного сайта, возможности удаленного общения в режиме онлайн. Так развитие современных технологий, особенно в период пандемии познакомило многочисленные компании и образовательные учреждения с дистанционного формой работы, а именно видеоконференциями на платформах Skype, zoom. Особенно популярны стали именно эти платформы, позволяющие подключать на одну видеоконференцию сразу нескольких сотрудников.

Итак, для успешного повышения эффективности интернет-коммуникации в деятельности компании необходимо постоянное развитие сотрудников, деятельности компании и механизмов, с помощью которых она использует свою деятельность.

Литература

1. Екатерина Уварова, Евгений Якимов: Instagram. Секрет успеха ZT PRO. От А до Я в продвижении. –М.: АСТ, 2020. – 320 с.
2. Анисимов С., Поисковое продвижение сайта–М.: Рипол, 2020. – 220 с.
3. Бентли П. Все об искусственном интеллекте за 60 минут.-М.:АСТ,2020.-

188с.

4. Рочев К.В. Информационные технологии. Анализ и проектирование информационных систем,-М.:Эксмо, 2019, 440с.
5. Кутюгин Д.И. Интернет как коммуникативное пространство информационного общества, М.: Проспект, 2019, 21 с.
6. Арестова О.Н. Психологическое исследование мотивации пользователей интернета, М.: Росс, 2012, 245 с.

Literature

1. Ekaterina Uvarova, Evgeny Yakimov: Instagram. The secret of ZT PRO's success. From A to Z in progress. - M .: AST, 2020 .-- 320 p.
2. Anisimov S., Search engine optimization - M .: Ripol, 2020. - 220 p.
3. Bentley P. All about artificial intelligence in 60 minutes.-M.: AST, 2020.-188s.
4. Rochev K.V. Information Technology. Analysis and design of information systems, -M.: Eksmo, 2019, 440p.
5. Kutyugin D.I. The Internet as a communicative space of the information society, Moscow: Prospect, 2019, 21 p.
6. Arestova ON A psychological study of the motivation of Internet users, Moscow: Ross, 2012, 245 p.