Лабораторна робота 1

Завдання оцінити можливість використання комунікацій компанії через Інтернет трьома економічними об’єктами (за варіантом).

В таблиці аналізу комунікацій навести 4-5 основних з відповідними цілями їх використання в Інтернеті. Вказати по наявності 1 з не «досяжною цільовою групою та 1 з не «Досяжною комунікацією».

Відповідь подати у звіті.

Варанти:

1. Заклади вищої освіти.
2. Школи Запоріжжя.
3. Курси англійської мови.
4. Туристичні агентства.
5. Супермаркети.
6. Офлайн магазини продажу техніки.
7. Онлайн магазини.
8. Банки.
9. Кав’ярні.
10. Барбершопи.
11. Компанії по нерухомості.
12. Автомагазини.
13. Театри Запоріжжя.

Хід роботи:

1.1 Проаналізуйте бізнес-процеси компаній (3 підприємства за варіантом) і впишіть всі різні бізнес-процеси та комунікації з різними цільовими групами. Не дуже «дрібніть», не потрібно перераховувати кожного клієнта окремо, але й не надто укрупнюйте, наприклад, робота з новими і вже існуючими клієнтами різниться майже завжди.

1.2 Для складеного списку комунікацій компаній вкажіть досяжність цільової групи та досяжність комунікації. Саме в такому порядку, бо якщо цільова група недосяжна, то й комунікація з цією цільовою групою, очевидно, недосяжна. В результаті у вас має вийти таблиця з переліком основних комунікацій компанії та вказівкою досяжності цільових груп та досяжності самої комунікації.

1.3 Відкрийте історію свого браузера та виберіть 2 сайти, які ви відвідуєте найчастіше. Зайдіть на ці сайти та впишіть для кожного з них основні комунікації, які ви бачите на сайті. Проаналізуйте кожну комунікацію та визначте для неї тип мети. Спробуйте встановити, наскільки правильно вибрано тип мети для цієї комунікації.

1.4 У складену раніше таблицю зі списком комунікацій напроти кожної комунікації, яка може здійснюватися через Інтернет та цільова група якої користується Інтернетом, додайте тип (або типи) мети, адекватної цій аудиторії. Оцініть, як зараз представлена кожна комунікація на сайті вашої компанії та який тип мети використовується сьогодні.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Комунікація | Зміст комунікації | Досяжність цільової групи | Досяжність комунікації | Тип мети комунікації |
| 1 | З новими клієнтами | Інформація про умови та гарантії, можливості | Так | Так | Збільшення витрат для виводу на контакт |
| 2 | З існуючими клієнтами | Рекомендації, зворотній зв’язок , інформація про нові пропозиції | Так | Так | Зменшення видатків, підтримка клієнтів |
| 3 | З потенційним персоналом | Інформація про вакансії, умови роботи, вимогах | Так | Так | Зменшення видатків, відбір персоналу |