

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ №5

ЕФЕКТИВНІСТЬ PR В СТРУКТУРІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

ЛЕКЦІЯ 9. Сучасний маркетинг в структурі бізнес-процесів

Традиційно під маркетинговими комунікаціями розуміють процес передання інформації про товар або послугу на цільові аудиторії з метою створення уявлення про загальну маркетингову стратегію компанії шляхом транслявання певних повідомлень про ціну, якість, засоби продажу.

Мета маркетингової комунікації – викликати інтерес споживацької аудиторії або переконати її прийняти певну пропозицію, поглянути на товар або послугу очима її створювачів чи продавців.

Серед складових частин сучасних маркетингових комунікацій визначаються: реклама, PR, директ-маркетинг, брендинг, прямі продажі, багаторівневий маркетинг (MLM), консультаційне та сервісне обслуговування, соціальний мережевий маркетинг (SMM), маркетинг в контактних мережах (Networking).

Основними каналами транслявання інформації в системі маркетингових комунікацій визначаються:

- пункти продажу (шляхом застосування візуальної реклами, мерчандайзингу, консультування, промо-акцій);
- публіситі (через використання позитивних матеріалів про товар або послугу в ЗМІ);
- PR-акції або PR-кампанії (тематичні, іміджеві, промо та ін.);
- директ-мейл (поштова або інтернет-розсилання рекламних та іміджевих матеріалів);
- сейл-промоушн (акції та програми стимулювання збуту);
- зовнішня реклама (борди, сітілайти, нестандартні конструкції);
- реклама на транспорті (троли, покриття зображеннями зовні та ін.);
- аудіовізуальна реклама (телебачення, радіо, вуличні екрани та екрани в метро);
- реклама в пресі (газети, журнали, рекламно-інформаційні видання);
- інтернет (розсилання електронною поштою, банери, SMM, SEO, SMO);
- продакт-плейсмент (прихована реклама в кінострічках, телесеріалах, шоу-програмах та ін.);
- друкована реклама (листівки, буклети, плакати, упаковка, сувенірна продукція).

Останнім часом в контексті зазначеної діяльності, активно поширюється новий формат – інтегровані маркетингові комунікації. Під ними розуміють управлінську концепцію координації усіх каналів комунікації в логічному синергетичному поєднанні. Тобто в цьому випадку передбачається в рамках одного проекту одночасне застосування різноманітних інструментів. Народження та розповсюдження такого формату пов'язано з активним

поширенням цифрових технологій, що в нашій сфері втілилися в так звані цифрові комунікації (digital communications).

Важливим аспектом у галузі маркетингових комунікацій є системне розуміння такого поняття, як бізнес-процес, і того, яке місце і роль у цьому відіграє PR. За традиційним визначенням, бізнес-процес – це сукупність взаємопов'язаних завдань та заходів, спрямованих на створення певного продукту або послуги для певної категорії споживачів (табл.1.1). У практичному аспекті бізнес-процес розуміють як певну діяльність, яка має вхідний продукт, додає до нього вартість і створює вихідний продукт для внутрішнього або зовнішнього споживача.

Виділяють три види бізнес-процесів:

- **Забезпечувальні** – бізнес-процеси, які обслуговують базовий процес. Наприклад, бухгалтерський облік, кадрове, інформаційне матеріальнотехнічне забезпечення.

- **Основні** – бізнес-процеси, які становлять базовий бізнес компанії і створюють магістральний потік прибутків. Прикладами цих бізнеспроцесів є постачання, виробництво, маркетинг та збут.

- **Процеси управління** – бізнес-процеси, які координують процедурні алгоритми функціонування системи. Прикладом управлінського процесу може бути корпоративне управління та стратегічний менеджмент.

При візуалізації структури бізнес-процесів зазвичай зображують у вигляді алгоритму «**блок-схема**» з чітко встановленими позначками ключових ланок.

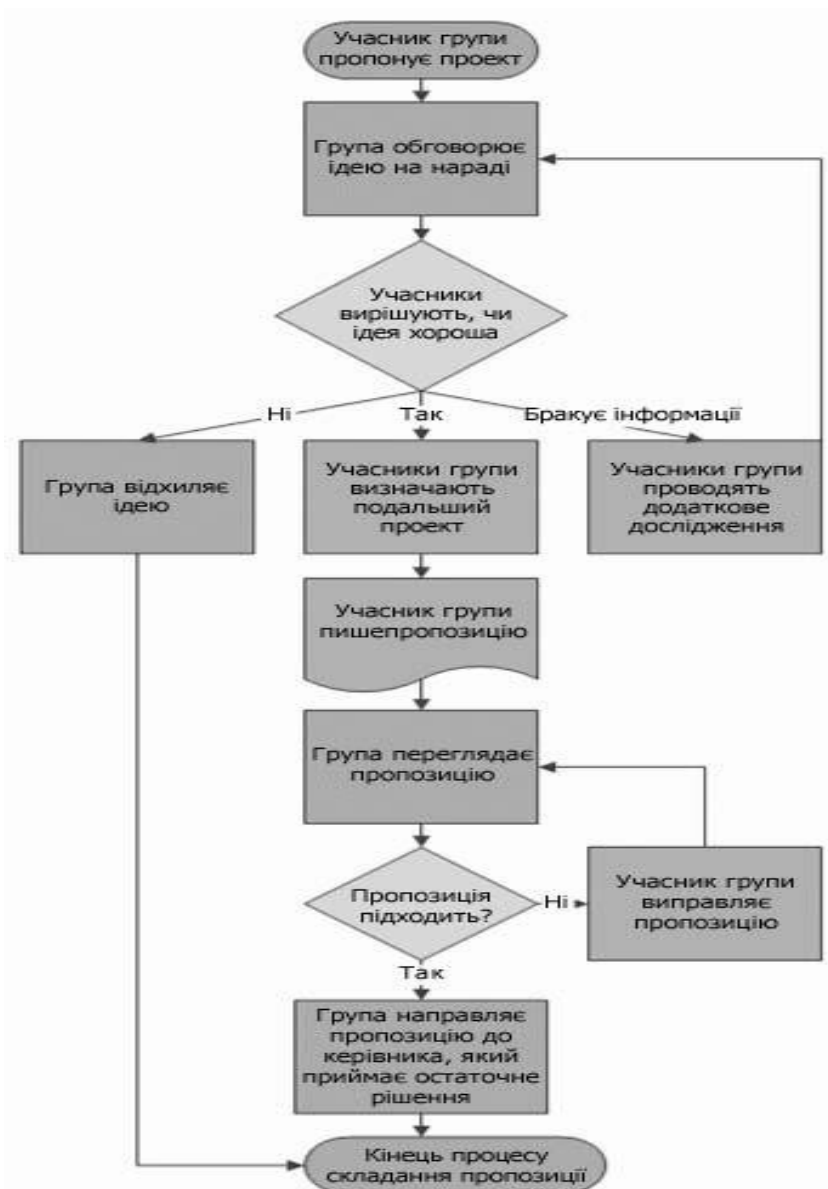
Ознаки класифікації бізнес-процесів за базовими категоріями

Базова категорія бізнес-процесів		Відмітні ознаки	
Основні бізнес процеси		<ul style="list-style-type: none"> – результатом є основна продукція (послуги) – забезпечують одержання доходу для організації – додають цінність – споживчу вартість – результати отримують зовнішні клієнти (споживачі) – за своїм характером є горизонтальними процесами 	
Допоміжні бізнес-процеси	Обслуговуючі бізнес-процеси	<ul style="list-style-type: none"> – результатом є створення необхідних умов для протікання основних процесів – забезпечують ресурсами всі бізнес-процеси організації 	<ul style="list-style-type: none"> – додають лише вартість; – результати отримують внутрішні клієнти – (споживачі); – за своїм характером є вертикальними процесами
	Бізнес-процеси управління	<ul style="list-style-type: none"> – результатом є управлінська діяльність усієї організації як на рівні кожного бізнес-процесу, так і бізнес-системи в цілому; – забезпечують підвищення результативності та ефективності основних та обслуговуючих процесів 	

Бізнес-процеси розвитку	<ul style="list-style-type: none"> - результатом є створення ланцюга цінності на новому рівні показників; - забезпечують отримання прибутку в довгостроковій перспективі через перетворення або вдосконалення діяльності компанії 	
-------------------------	---	--

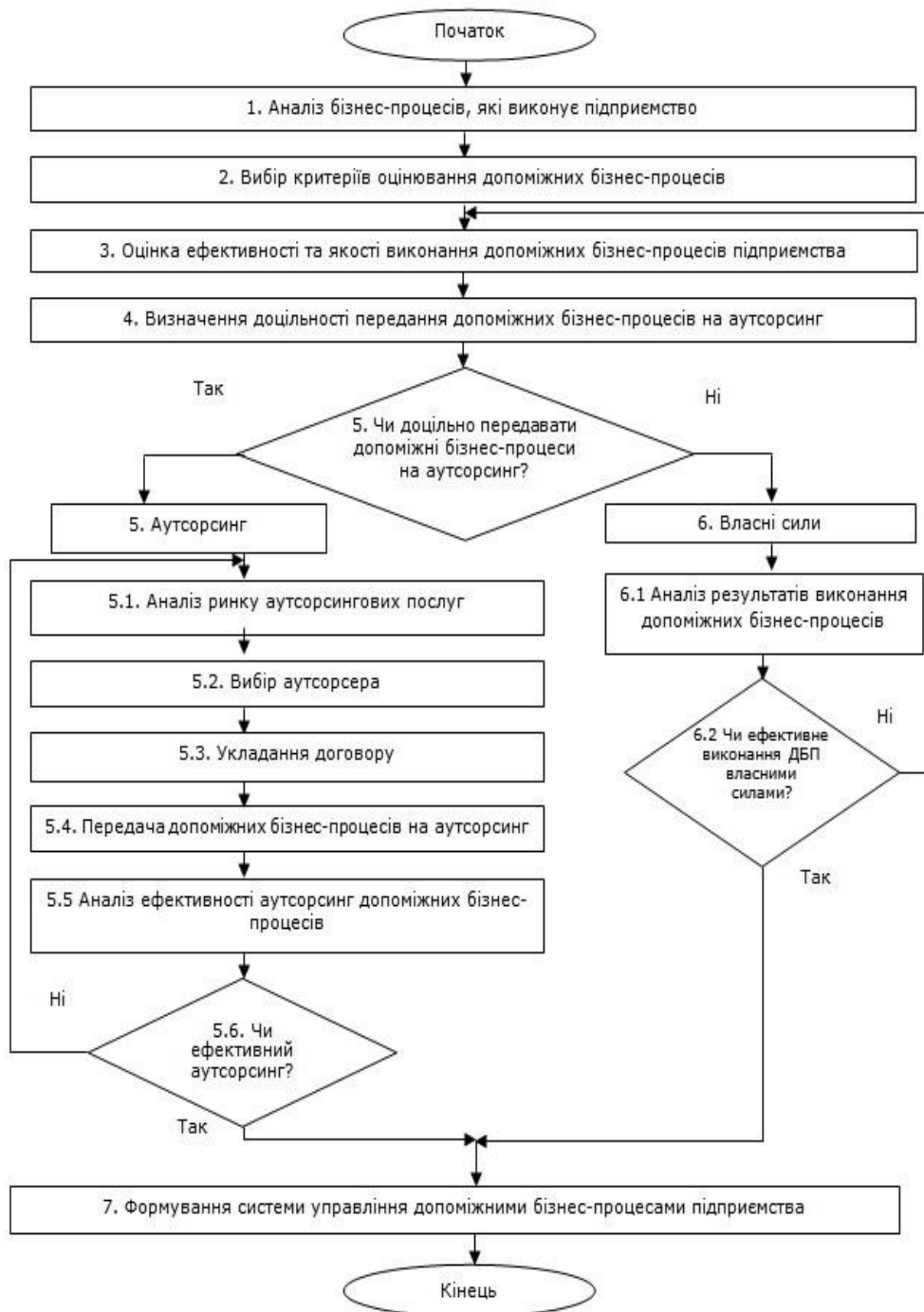
Створення блок-схем бізнес-процесів не є обов'язковою частиною роботи фахівця із зв'язків з громадськістю. Цими питаннями зазвичай опікуються маркетологи або фахівці з проектного менеджменту. Втім, якщо фахівець нашого профілю хоче бути актуальним та універсальним працівником, то оволодіння цим мистецтвом не буде проблемою.

Типовий базовий бізнес-процес складається з п'яти послідовних етапів, які діють за циклічною схемою.



Блок-схема бізнес-процесу

Кожен бізнес-процес починається зі стартового аналізу ринку (маркетингові дослідження), переходить в етап розроблення продукту (планування, технологія виробництва, менеджмент), далі йде виробництво (створення продукту), промоція (PR, реклама та ін.), реалізація (продаж продукту) та підсумковий аналіз ринку (маркетингові дослідження). Після проведення підсумкового аналізу приймається рішення про формат (збільшення, зменшення або залишення на тому самому рівні обсягів виробництва) і доцільність продовження бізнес-процесу. Далі цикл знов повторюється.



Блок-схема виробничого бізнес-процесу