

Принятие решений при формировании коммуникационной ПОЛИТИКИ

Выполнила Межиба Д. 36М142

Коммуникационная политика

- Коммуникационная политика — система целенаправленных действий по установлению и развитию коммуникационных связей между предприятием и целевыми аудиториями.

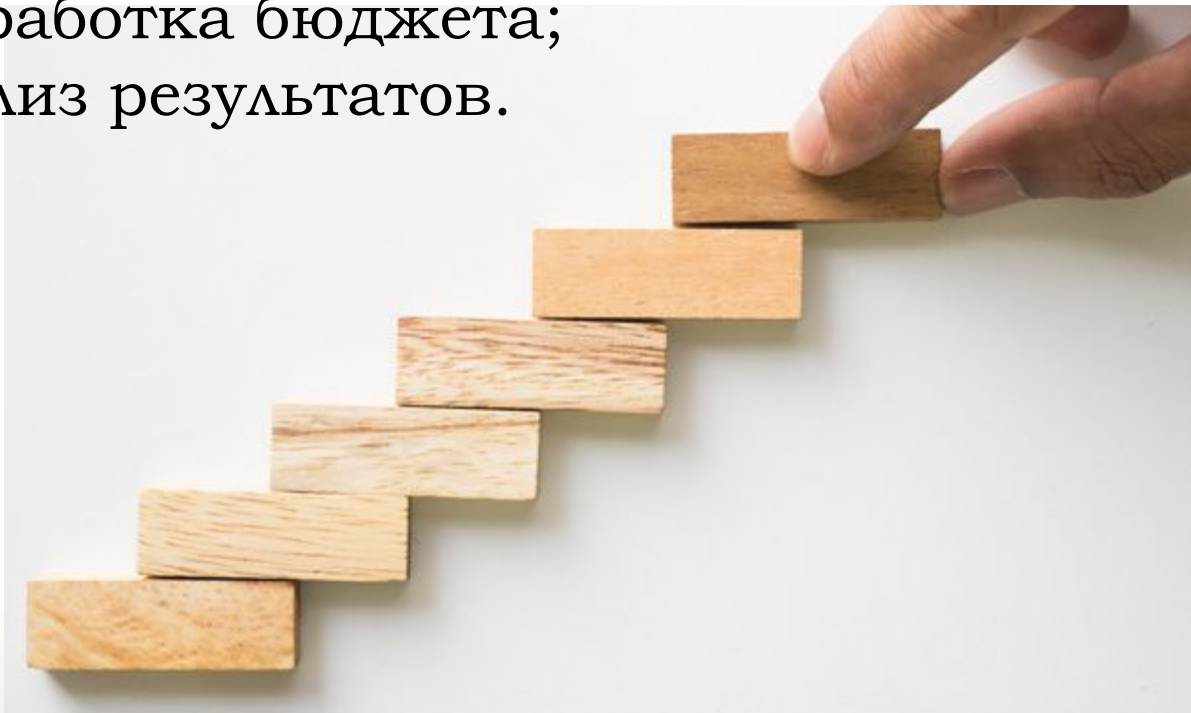


Принципы коммуникационной ПОЛИТИКИ

- главенство коммуникационной функции для всех элементов комплекса маркетинга;
- ориентация на достижение долгосрочной приверженности потребителей предприятию и предлагаемым на рынок товарам;
- обеспечение устойчивости предприятия к внешним воздействиям;
- обеспечение функционально-структурной организации внутренних (внутрифирменных) и внешних коммуникаций

Этапы формирования КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ

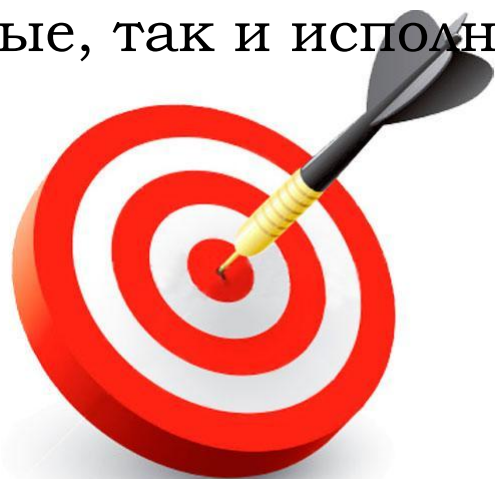
- определение целевых аудиторий коммуникаций;
- установление целей коммуникаций;
- выбор структуры комплекса коммуникаций;
- разработка бюджета;
- анализ результатов.



1. Определение целевых аудиторий коммуникаций

• Важнейшими целевыми аудиториями являются следующие:

1. персонал предприятия;
2. действительные и потенциальные потребители (целевой рынок);
3. деловые партнеры;
4. органы государственной власти и управления (как законодательные, так и исполнительные).



2. Установление целей КОММУНИКАЦИЙ

Выбор целевых аудиторий определяет соответствующие цели коммуникаций:

- создание положительного имиджа предприятия и (или) отдельного товара;
- убедить потенциальных потребителей в правильности их выбора;
- побуждение к приобретению товара;
- увеличения объема продаж;
- изменение поведения целевой аудитории.



3.Выбор структуры КОММУНИКАЦИИ

- Выбор структуры коммуникации базируется на результатах сегментации рынка, которая позволяет получить необходимую информацию о демографических, социально-экономических, психографических и психологических характеристиках целевых аудиторий.
- Оптимальная структура комплекса маркетинговых коммуникаций предполагает использование сильных и нивелирование слабых сторон каждого из составляющих его элементов.

5. Разработка бюджета и анализ результатов реализации коммуникационной политики



- Бюджет коммуникаций представляет собой сумму средств, предполагается направлять на его отдельные элементы, рассчитывается различными методами: возможных расходов, фиксированного процента, соответствия конкурентам, на основе целей и задач максимальных расходов и т. д.

Анализ результатов

- Анализ результатов реализации коммуникационной политики предполагает определение как коммуникативной, так и экономической эффективности.
- Оперативный учет поступающей от получателей коммуникационных обращений информации позволяет быстро реагировать на построения целевых аудиторий и выявить необходимые коррективы в любой компонент коммуникационной политики предприятия.



Спасибо за внимание