DOI: 10.17117/na.2016.04.01.176

Поступила (Received): 29.04.2016

<http://ucom.ru/doc/na.2016.04.01.176.pdf>

Нуждина М.В.
Маркетинговые инструменты развития
сервисной деятельности в РДК «Мир»

Nuzhdina M.V.
Marketing tools development of service activities in the RDK "Mir"

Маркетинг («market» – рынок) – система управления, направляющая производство на удовлетворение потребностей конкретных потребителей. В настоящее время значение маркетинга повышается на базе широкого внедрения информационных технологий. Это обстоятельство определяет приоритетное формирование науки, образования и нематериальных элементов производственной деятельности. В качестве объектов маркетинговых исследований выдвигаются всевозможные потребности, услуги, организации, виды деятельности, идеи, личности

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговые исследования

Нуждина Марина Владимировна

Старший преподаватель

Нижегородский государственный инженерно-экономический университет

Нижегородская обл., р.п. Воротынец, ул. Мира, 7

Marketing («market» – market) – the control system, directing production to meet the specific needs of consumers. At present, the marketing value is increased on the basis of the widespread introduction of information technologies. This fact determines the priority to the formation of science, education and non-material elements of production activities. As objects of marketing research put forward all sorts of needs, services, organizations, activities, ideas, personality

Key words: marketing, marketing research

Nuzhdina Marina Vladimirovna

Senior Lecturer

Nizhny Novgorod state university of engineering and economics

Nizhny Novgorod region, settlement Vorotynets, Mira st., 7

Актуальность данной темы состоит в том, что использование маркетинговых инструментов один из важнейших аспектов успешности организации и необходимы для создания успешных продаж. Маркетинговые инструменты очень дорогостоящие, поэтому менеджер по маркетингу должен найти оптимальный вариант для исполнения плана маркетинга.

Широкий спектр инструментов маркетинга, взаимосвязанных между собой включает в себя: маркетинговые исследования, товарную политику, каналы сбыта, рекламу, сервисное обслуживание.

Целью исследования является изучение маркетинговых инструментов развития сервисной деятельности и применение их на практике. Объектом исследования – РДК «МИР», который расположен в п. Воротынец Нижегородской области.

Основными видами деятельности данного учреждения являются:

- создание и организация деятельности клубных формирований и любительских объединений по культурно-познавательным, художественно-творческим и иным интересам;
- обеспечение деятельности народных коллективов;
- проведение культурно-массовых мероприятий: фестивалей, конкурсов, смотров, выставок, концертов, спектаклей и других форм показа результатов творческой деятельности клубных формирований и творческого коллектива Учреждения;
- организация работы разнообразных форм просветительской деятельности (лектории, литературные гостиные, экскурсии, лекции, встречи, выставки, тематические вечера, журналы и др.);
- проведение массовых театрализованных праздников и представлений, народных гуляний;
- организация массового кинопоказа.

Также одной из целей деятельности дворца культуры «МИР» является организация отдыха детей, в частности лагеря «Волжский берег».

Основными функциями лагеря «Волжский берег» являются:

1. Рекреационная – создание условий для полноценного отдыха детей;
2. Воспитательная – содействие нравственному становлению личности, развитие творческих способностей, формирование опыта ребенка общения с другими детьми;
3. Развивающая: развитие духовно-ценностной ориентации детей.

Из этого следует, что учреждение РДК «Мир» осуществляет массовую культурно-развлекательную деятельность, выраженную в различных формах, в основном таких как музыкальная и художественная.

Актуальность данной темы обусловлена отсутствием современных инструментов маркетинговой деятельности на данном предприятии, а так же невозможностью развития предприятий сферы услуг, без проведения маркетинговой политики.

В целях выявления проблемы маркетинговой деятельности в сфере интернет-коммуникаций организации было проведено анкетирование сотрудников РДК.

По результатам анкетирования было выявлено, что у организации есть свой сайт, расположенный на бесплатном хостинге и использующийся в качестве ознакомительно-новостного сайта. На нем регулярно отображаются фотоотчеты проведенных, а так же анонсы будущих мероприятий. Так же на нем указана основная информация об организации.

Так же согласно ответам сотрудников у РДК «МИР» есть собственные официальные группы в социальных сетях. Но согласно статистике результатам анкетирования на сайт и группы в социальных сетях заходят не так много пользователей, как хотелось бы. Эту проблему можно решить посредством доработки и поисковой оптимизации сайта, а так же регулярной раскрутки посредством социальных сетей.

Современные технологии позволяют учреждениям, таким как РДК «МИР» увеличивать показатели прибыли, посредством продвижения в сети интернет. Но для того чтобы начать использовать интернет в качестве инструмента маркетинговой деятельности, данной организации нужно создать современный web-сайт, с лаконично красиво выполненным дизайном, для привлечения потенциальных клиентов, а не отпугивания их слишком ярким и броским видом. Для этого нужен специалист, который поможет создать и установить сайт на бесплатный сервер. Однако на создании сайта работа не заканчивается, так как этот сайт необходимо всячески оптимизировать и продвигать в сети. Для данного учреждения лучше всего подходит баннерная реклама на различных ресурсах и в социальных сетях. Это значит, что нужно изготовить привлекательный баннер, с адресом и например с объявлением о предстоящих мероприятиях.

Для повышения эффективности маркетинговой деятельности мы предлагаем использовать продвижение услуг РДК «МИР» в социальных сетях. Для этого следует провести исследование целевой аудитории организации для определения возрастной категории граждан, посещающих РДК.

Чтобы охватить наибольшее количество людей необходимо развивать созданные официальные странички РДК в социальных сетях, для последующего продвижения услуг, например, анонс показа художественного фильма. На данный момент РДК использует наружную рекламу для анонсирования предстоящих мероприятий. Я предлагаю указывать в наружной рекламе помимо основной информации о предстоящих мероприятиях электронный адрес на официальную группу в социальной сети.

Так же можно использовать приложение для смартфонов, которое будет уведомлять потенциальных клиентов о предстоящем мероприятии и рассказывать основную информацию об организации и ее услугах. Для того чтобы жители могли найти это приложение без особых проблем можно разместить QR-код на рекламном объявлении или афише предстоящего мероприятия, и само собой все ссылки должны быть продублированы на сайте РДК. QR-код будет содержать ссылку для скачивания приложения для уведомлений о предстоящих мероприятиях.

В результате осуществления проекта повышения эффективности маркетинговой деятельности ожидаемая прибыль повысится, доходы РДК «МИР» возрастают, за счет увеличения количества посетителей и покупателей услуг.

Список используемых источников:

1. Гавриленко Н.И. Маркетинг. М.: Академия, 2013. 192 с.
2. Киркпатрик Д. Социальная сеть. Как основатель Facebook заработал \$ 4 миллиарда и приобрел 500 миллионов друзей. М.: Эксмо, 2014. 288 с.
3. Кичаев А., Миллер Д., Холл Р. Переговоры с удовольствием. Блестящая идея. Великолепный маркетинг. М.: Весь, 2013. 704 с.