

Секция «Связи с общественностью в коммерческих структурах»

**Пути совершенствования организации рекламной деятельности на
предприятия АО «Молоко Бурятии»**

Игумнова Елена Алексеевна

Студент (бакалавр)

Бурятская государственная сельскохозяйственная академия им. В.Р.Филишпова,

Улан-Удэ, Россия

E-mail: elenka.igumnova.95@mail.ru

На современном этапе развития рыночных отношений в России наблюдается сильная конкуренция. Выжить в условиях острой конкуренции могут лишь те предприятия, которые смогут обеспечить потребителям представление таких услуг, которые отвечают их ожиданиям и требованиям. И для этого необходимо разрабатывать и придерживаться стратегий позиционирования, как самого предприятия (и его филиалов, если они есть), так и производимых товаров и услуг. В условиях современной рыночной ситуации популяризация нового торгового имени и формирование положительного отношения к нему потенциальной клиентской аудитории, не менее значимый элемент успешной деятельности фирмы, как и верно разработанная маркетинговая стратегия, направленная на выведение на просторы рынка продукта. История завода АО «Молоко Бурятии» началась в 1949 году. На сегодняшний день АО «Молоко Бурятии» единственное в Сибири и на Дальнем Востоке молокоперерабатывающее предприятие с полной автоматизацией всего производства. Предприятие «Молоко Бурятии» входит в число компаний лидеров Республики Бурятия. Объединяет три завода - молочный завод в Улан-Удэ и два сыродельных завода - в п. Кижинга и в п. Кудара-Сомон. Ежегодно компания «Молоко Бурятии» перерабатывает более 26 000 тонн молока. Ассортимент компании «Молоко Бурятии» включает в себя все виды молочной продукции - это более 70 наименований. Представлены: молоко пастеризованное, кисломолочная продукция, твердые сыры, масло, творог, йогурты питьевые, обогащенные продукты и продукты, вырабатываемые по уникальным технологиям. Предприятие активно развивается, осваивает интересные новинки, внедряет новые передовые линии и оборудование. Качество продукции компании ОАО «Молоко Бурятии» подтверждается различными дипломами и наградами, среди которых престижные золотые медали конкурса «100 лучших товаров России». Повышение эффективности рекламной деятельности фирмы может быть также достигнуто путем совершенствования планирования рекламной деятельности. Эффективное планирование рекламной деятельности фирмы состоит в принятии решений, их осуществлении и оценке полученных результатов. Руководство должно обеспечить тщательное планирование взаимосвязанных элементов комплекса рекламной деятельности для получения максимально возможного эффекта. Пути повышения организации рекламной деятельности на предприятии: - Усовершенствовать рекламу в Интернет. Разработать электронные версии продвижения продукции и модернизировать web-site; - Начальнику отдела рекламы необходимо обратить внимание на рекламу в прессе; - Активизировать работу с журналистами по размещению в СМИ имиджевой рекламы; - Увеличить расходы на полиграфическую и сувенирную продукцию; - Стремиться к расширению ассортимента продукции; - Расширение клиентской базы; - Размещение телевизионной рекламы на центральных каналах Республики Бурятия; - Повысить роль планирования; - Проведение промо-акций, дегустаций. Основной целью разрабатываемых мероприятий является оказание необходимого влияния на потенциальную аудиторию. Через создание приятной атмосферы и нужного настроения можно продвигать товар или услугу на уровне эмоций, формировать нужное восприятие.

Источники и литература

- 1) 1. Багиев Г.Л. Основы организации маркетинговой деятельности на предприятии. - Л., 1990.
- 2) 2. Технологии рекламы и PR: Учеб. пособие для вузов / под ред. Б.Л. Борисова. М.: Гранд; ФАИР-ПРЕСС, 2001.
- 3) 3. Рекламная деятельность: Учебник / под ред. Ф.Г. Панкратова и др. – 3 изд., перераб. и доп.-М.: ИВЦ. Маркетинг, 2001. – 302 с.