

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра журналістики та реклами

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«ІНТЕРНЕТ-ПРОСУВАННЯ ІТ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВА»

(за матеріалами ТОВ «АВАЛІС», м.Київ)

Студентки 5 курсу, 7 групи,
напряму підготовки 061 «Журналістика»
спеціалізації «Реклама і зв'язки
з громадськістю»

Трофименко
Олександра Леонідівна

Науковий керівник
доктор економічних наук,
професор

Мельникович
Олена Миколаївна

Гарант освітньо-
професійної програми
кандидат економічних наук,
доцент

Лісун
Яніна Вікторівна

Київ 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. АНАЛІТИЧНА ЗАПИСКА.....	6
1.1. Характеристика діяльності ТОВ «АВАЛІС» на ринку ІТ послуг.....	6
1.2. Аналіз Інтернет-просування ІТ послуг ТОВ «АВАЛІС».....	11
РОЗДІЛ 2. ТВОРЧЕ ПРОЕКТУВАННЯ.....	19
2.1. Підготовка стратегії Інтернет-просування ІТ послуг ТОВ «АВАЛІС».....	19
2.2. Розробка рекламних та PR- матеріалів для просування ІТ послуг ТОВ «АВАЛІС».....	29
ВИСНОВКИ.....	38
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	41

ВСТУП

В наш час ми не можемо навіть уявити наше життя без інформаційних технологій, майже кожна компанія у своїй діяльності використовує продукти ІТ-компаній чи їх послуги. Розвиток ІТ-індустрії в Україні значно випереджає середні темпи розвитку сегменту у світі, вважають дослідники. Галузь показувала стабільне зростання на 11-26% щороку [2].

Проте, визначення того, що характеризується як ІТ-послуга не є усталеним та одностайним і дати повне і однозначне визначення ІТ послуг досить складно, оскільки це поняття є складним процесом з багатьма учасниками. По суті своїй - це певний набір продуктів і послуг, спрямованих на безперебійне, безпечне та ефективне забезпечення підприємств інформацією.

Так, консалтингова компанія Cleverics визначає ІТ-послугу, як забезпечення можливості використання інформаційних технологій для підвищення ефективності та усунення обмежень інформаційних процесів [12]. А IBM, як основний інструмент взаємодії інформаційних технологій та бізнесу [13].

Враховуючи фрагментацію ринку ІТ-послуг, технологічну динамічність, та деякі особливості, що впливають на ефективність маркетингу ІТ-послуг в цілому та маркетингових комунікацій зокрема, треба бути обережними з вибором метода просування цих послуг.

Саме завдяки активному розвитку інформаційних технологій, зокрема, мережі Інтернет, для підприємств відкрився новий інструмент комунікацій - Інтернет-технології в маркетингу. Інтернет – це глобальна комп'ютерна мережа, за допомогою якої користувачі можуть зв'язуватися між собою для обміну інформацією (взаємодії) з іншими користувачами. Інтернет-маркетинг стає могутнім інструментом для налагодження довгострокових відносин із покупцями, поліпшення показників продажу, передачі покупцям інформації про фірму та товар. Інтернет-маркетинг, зазвичай, обертається навколо веб-

сайта фірми. Веб-сайт може містити рекламні повідомлення, загальну інформацію про продукцію чи послуги і компанію, а також інші контактні данні. Проте Інтернет просування, включає в себе багато різноманітних аспектів і не базується лише на сайті компанії.

Традиційні способи просування продукції та послуг в інтернеті це: веб-сайт, пошукова оптимізація, текстова реклама, контекстна реклама, каталоги та рубрикатори, медійна реклама, банери, реклама в соціальних мережах, e-mail маркетинг та інші. У кожного з цього способу є свої переваги та недоліки, але в цілому інтернет-реклама поступово витісняє інші види реклами, є економною та охоплює велику частку аудиторії.

Тема випускної кваліфікаційної роботи в більшій мірі продиктована тим, що Інтернет простір відкриває масу можливостей для розвитку і просування бізнес суб'єктів і є надзвичайно актуальною.

Метою дослідження є вивчення досвіду Інтернет-просування ІТ послуг на прикладі ТОВ «АВАЛІС»

Досягнення поставленої мети буде здійснено за допомогою виконання таких завдань дослідження:

- навести характеристику діяльності ТОВ «АВАЛІС» на ринку ІТ послуг;
- провести аналіз Інтернет-просування ІТ послуг ТОВ «АВАЛІС»;
- підготувати стратегію інтернет-просування ІТ послуг ТОВ «АВАЛІС».
- розробити рекламні та PR- матеріали для просування ІТ послуг ТОВ «АВАЛІС».

Предмет дослідження — практичні досади здійснення Інтернет-просування ІТ послуг підприємства за допомогою інструментів реклами та PR.

Об'єктом дослідження є процес Інтернет-просування ІТ послуг ТОВ «АВАЛІС».

Під час написання випускної кваліфікаційної роботи були використані загальнонаукові методи дослідження, такі як аналіз профільної літератури по темі дослідження, узагальнення, систематизація, порівняння даних, спостереження, контент-аналіз, абстрактно-логічний.

Отримані результати дадуть змогу підприємству набути більше клієнтів.

Практичне значення проведеного дослідження полягає в розробці стратегії для просування ІТ послуг в Інтернеті.

Інформаційну базу дослідження представлено матеріалами навчальних посібників й підручників, а також наукових статей, Інтернет-джерел.

Структуру дослідження представлено вступом, двома основними розділами, висновками і списком використаних джерел. Матеріали дослідження викладено на 41 сторінках, на 31 рисунках та на 5 таблицях . Список літературних джерел налічує 13 джерел.

РОЗДІЛ 1

АНАЛІТИЧНА ЗАПИСКА

1.1. Характеристика діяльності ТОВ «АВАЛІС» на ринку ІТ послуг

ТОВ «АВАЛІС» - один з провідних системних інтеграторів України, заснований у 2007 році в м. Київ, проспект Валерія Лобановського, 6а.

Кількість співробітників – 35 осіб.

Обсяг наданих послуг за 2019 рік – 75 довгострокових послуг, 150 разових послуг.

Структура управління – матрична організаційна структура. В штаті підприємства є такі посади: засновники, директор, комерційний директор, менеджери з оптової торгівлі, інженери.

Проведемо аналіз діяльності компанії по моделі 4Р.

Починаючи з 2007 року, компанія активно розширює портфель послуг, що надаються. На сьогоднішній день, основним профілем діяльності є:

- аудит ІТ-інфраструктури;
- впровадження систем обробки та зберігання інформації;
- хмарні технології: серверна, десктопна, мережева віртуалізація;
- проектування та інтеграція систем по забезпеченню ІТ-безпеки;
- проектування і впровадження захищених корпоративних мереж;
- проектування і впровадження систем спільної роботи;
- аутсорсинг / аутстафінг.

В таблиці 1.1 ми бачимо ABC-аналіз проведений по послугам ТОВ «АВАЛІС», а в таблиці 1.2 ABC-аналіз по клієнтам

Таблиця 1.1

АВС-аналіз послуг ТОВ «АВАЛІС» у 2019 році.

Номенклатура послуг	Прибуток	Частка	Накопичувальний підсумок	Категорія за класичним аналізом	Категорія за сучасним аналізом
Впровадження систем обробки та зберігання інформації	Конфіденційна інформація	17%	17%	A	A
Проектування та інтеграція систем по забезпеченню ІТ-безпеки	Конфіденційна інформація	17%	34%	A	A
Проектування і впровадження захищених корпоративних мереж	Конфіденційна інформація	15%	49%	A	A
Проектування і впровадження систем спільної роботи	Конфіденційна інформація	14%	63%	A	B
Хмарні технології	Конфіденційна інформація	13%	76%	A	B
Аудит ІТ-інфраструктури	Конфіденційна інформація	11%	87%	B	C
Аутсорсинг	Конфіденційна інформація	7%	94%	B	C
Аутстафінг	Конфіденційна інформація	6%	100%	C	D

По результатам класичного АВС-аналізу, ми бачимо, що послуги групи «А», що є цільовими, і вимагають максимальної уваги до їх реалізації, займають 62,5% від усіх послуг компанії. Аутстафінг входить до групи С і є найменш затребуваним.

Таблиця 1.2

АВС-аналіз по клієнтам ТОВ «АВАЛІС» у 2019 році.

Клієнт №	Продаж за 2019 р., грн	Частка	Накопичувальний підсумок	Категорія за класичним аналізом	Категорія за сучасним аналізом
Клієнт 8	Конфіденційна інформація	12,10%	12,10%	A	A
Клієнт 20	Конфіденційна інформація	11,30%	23,40%	A	A
Клієнт 6	Конфіденційна інформація	8,90%	32,30%	A	A
Клієнт 12	Конфіденційна інформація	8,40%	40,70%	A	A
Клієнт 3	Конфіденційна інформація	8,00%	48,70%	A	A
Клієнт 26	Конфіденційна інформація	7,10%	55,80%	A	B
Клієнт 23	Конфіденційна інформація	6,00%	61,80%	A	B
Клієнт 15	Конфіденційна інформація	5,60%	67,40%	A	B
Клієнт 9	Конфіденційна інформація	4,30%	71,70%	A	B
Клієнт 18	Конфіденційна інформація	3,90%	75,60%	A	B
Клієнт 13	Конфіденційна інформація	3,70%	79,30%	A	B
Клієнт 1	Конфіденційна інформація	3,10%	82,40%	B	C
Клієнт 22	Конфіденційна інформація	2,60%	85,00%	B	C
Клієнт 25	Конфіденційна інформація	2,40%	87,40%	B	C
Клієнт 10	Конфіденційна інформація	2,10%	89,50%	B	C
Клієнт 4	Конфіденційна інформація	2,00%	91,50%	B	C
Клієнт 16	Конфіденційна інформація	1,80%	93,30%	B	C
Клієнт 7	Конфіденційна інформація	1,50%	94,80%	B	C
Клієнт 27	Конфіденційна інформація	1,20%	96,00%	C	D
Клієнт 21	Конфіденційна інформація	1,00%	97,00%	C	D
Клієнт 24	Конфіденційна інформація	0,90%	97,90%	C	D
Клієнт 2	Конфіденційна інформація	0,70%	98,60%	C	D
Клієнт 14	Конфіденційна інформація	0,60%	99,20%	C	D
Клієнт 19	Конфіденційна інформація	0,40%	99,60%	C	D
Клієнт 17	Конфіденційна інформація	0,20%	99,80%	C	D
Клієнт 11	Конфіденційна інформація	0,10%	99,90%	C	D
Клієнт 5	Конфіденційна інформація	0,10%	100,00%	C	D

За результатами класичного ABC-аналізу по клієнтам, ми бачимо, що близько 40% клієнтів ТОВ «АВАЛІС» у 2019 році, принесло компанії близько 80% прибутку і є найціннішими для компанії.

Метод ціноутворення для послуг, які потребують закупівлі систем у партерів компанії, базується на формулі - закупівельна ціна + певний відсоток (конфіденційна інформація). У разі надання послуг з використання систем розроблених ТОВ «АВАЛІС», ціни встановлюються на основі рівня поточних цін, або на основі торгів.

ТОВ «АВАЛІС» постійно бере участь у тендерах на порталі ProZorro та на закритих торгах – це і є основним способом пошуку клієнтів.

ТОВ «АВАЛІС» не має ніякої реклами, а для більшої впізнаваності використовує свій веб-сайт і сторінку на Facebook.

Штат сертифікованих технічних фахівців компанії, за довгі роки активної діяльності на ІТ ринку, має великий накопичений досвід вирішення завдань будь-якого ступеня складності, від аутсорсингу до впровадження рішень під ключ.

Високий рівень компетентності штату технічних фахівців і менеджерів компанії «Аваліс», підтверджується низкою успішно реалізованих проєктів, приклади нижче:

- великий банк: проєкт включав аудит, налаштування, адміністрування та сервісну підтримку термінального комплексу на базі віртуальної платформи Microsoft Hyper-V, як централізованої системи зберігання даних використовувався NetApp FAS8k. Також, була впроваджена Flash СЗД, на якій розміщені всі критичні бази даних: АБС, процесінг і т.д. ;
- великий банк: проведено аудит, проектування і налаштування розподіленої підсистеми зберігання даних для віртуального кластера VMware із застосуванням реплікації даних за допомогою технології SnapMirror на базі NetApp FAS8k;
- модернізація діючої ІТ-інфраструктури в великому банку (переклад віртуального кластера Microsoft Hyper-V зі старих потужностей на

нові серверні потужності і СЗД NetApp, для підвищення продуктивності, та відмовостійкості);

- авіаперевізник: встановлення, налаштування і сервісна підтримка бізнес-критичних сервісів, впровадження Disaster Recovery. Запроваджене рішення складалося з двох етапів. На першому етапі була впроваджена високопродуктивна flash система зберігання даних, на якій були розміщені основні бази даних. На другому етапі були впроваджені дві класичні СЗД, налаштована реплікація даних між ними, проведена міграція даних;
- впровадження та налаштування АТС і контакт- центру на базі платформи Asterisk, супровід контакт-центру Cisco в ряді страхових, колекторських компаній і банків;
- модернізація серверних потужностей і системи зберігання даних для підвищення продуктивності роботи АБС великого банку, на обладнанні компанії IBM;
- впровадження кластера системи обміну поштовими повідомленнями Microsoft Exchange у великій транспортній та страховій компаніях;
- аудит та оптимізація мережевої інфраструктури, організованої на обладнанні Cisco у великій страховій компанії;
- модернізація підсистеми резервного копіювання великого банку на обладнанні та програмному забезпеченні компанії IBM.

Запорука успішної діяльності компанії «Аваліс» на українському ринку ІТ – це якісний, відповідальний підхід до вирішення завдань будь-якої складності.

На рис. 1.1 ми бачимо логотип ТОВ «АВАЛІС», фірмові кольори компанії: білий, червоний та синій.



Рис. 1.1 Логотип ТОВ «АВАЛІС»

ТОВ «АВАЛІС» є партнером у ряду всесвітньо відомих вендорів, таких як: HP, DELL, IBM, NetApp, EMC, Cisco, Juniper, Citrix, ESET, Radware, Microsoft, Lenovo, Motorola та інші.

Клієнтами ТОВ «АВАЛІС» є такі відомі компанії: Нова Пошта, Forward Bank, Ощадбанк, 1+1 Медиа, Укргазбанк, Міжнародні Авіалінії України, Adidas, CredoBank, Ubisoft, Сушия та інші.

На рахунку у ТОВ «АВАЛІС» багато успішних проектів та більше ніж 17 нагород, останні серед яких за «Найбільш інноваційний проект з напрямку Fujitsu», «Найкращий результат в СНД FY18», та за «Видатні досягнення у просуванні рішень IBM».

Разом із ІТ діяльністю ТОВ «АВАЛІС» активно беруть участь у численних благодійних проектах. Нещодавно колектив компанії AVALIS долучився до громадського проекту “Дихай, малюк”, зробивши важливий вклад для життя крихітних малюків, та долучився до громадського проекту “Я є завдяки тобі”, метою якого був збір коштів на придбання життєво-необхідного апарату для пологового будинку №4 м. Києва.

За свої внески у благодійні проекти ТОВ «АВАЛІС» часто отримує різноманітні подяки та вже заробило собі репутацію небайдужої до чужих проблем компанії.

Основними складовими успіху компанії є такі характеристики:

1. постійне розширення асортименту ІТ-послуг.
2. забезпечення якісних послуг та обслуговування клієнтів.
3. постійний розвиток компанії, оновлення, підвищення кваліфікації персоналу та застосування найсучасніших технологій.
4. активна життєва позиція, постійна участь у благодійних програмах.
5. співпраця з всесвітньовідомими вендорами.

Підприємство має більше переваг ніж недоліків (табл. 1.3)

Таблиця 1.3

Сильні та слабкі сторони ТОВ «АВАЛІС»

Сильні сторони ТОВ «АВАЛІС»	Слабкі сторони ТОВ «АВАЛІС»
Широкий асортимент послуг	Компанія майже не займається просуванням своїх послуг
Надання лише якісних послуг	Обмежений пошук клієнтів
Високий рівень компетентності штату	
Багато успішно реалізованих проектів	
Партнерами компанії є всесвітньо відомі вендори	
Компанія має більш ніж 17 нагород	
Активно бере участь у благодійних проектах	
Має багато відомих клієнтів	
Компанія постійно розвивається	

Отже, ТОВ «АВАЛІС» володіє значними перевагами, завдяки яким воно є висококваліфікованим та впливовим партнером в галузі надання ІТ-послуг. Проте компанія має значні резерви зростання ефективності просування своїх послуг, тому необхідна подальша розробка стратегії просування послуг в Інтернеті, оскільки саме це здатне сприяти збільшенню кількості клієнтів та обсягів продажів, тим самим позитивно впливаючи на результати діяльності компанії.

1.2. Аналіз Інтернет-просування ІТ послуг ТОВ «АВАЛІС»

Цільова аудиторія компанії «Аваліс» - це українські та іноземні компанії, які здійснюють свою діяльність в таких секторах ринку як:

- фінансовий
- банківський
- страхові компанії
- енергетичний
- промисловий

- роздрібна торгівля
- медичний
- державний
- медіа
- фармацевтичний

Ціль компанії- збільшити кількість клієнтів та продажів. Зробити компанію впізнаваною.

В 2019 році ТОВ «АВАЛІС» використовувала декілька каналів просування в Інтернеті, головним з яких є просування через веб-сайт.

Веб-сайт ТОВ «АВАЛІС» має всю основну інформацію про компанію: проекти, напрямки роботи, клієнтів, партнерів , контакти та ін.

Дизайн сайту розроблений у фірмових кольорах компанії - синьому, червоному та білому (рис. 1.2).

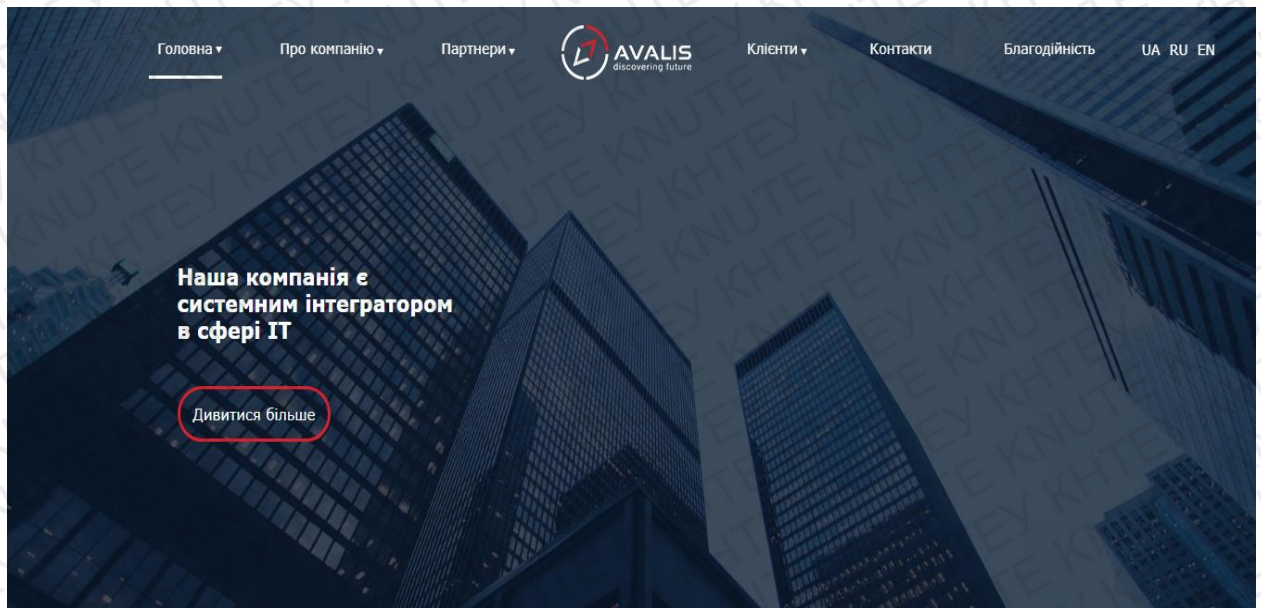


Рис 1.2 Скріншот головної сторінки веб-сайту ТОВ «АВАЛІС», станом на 01.02.2020 р.

На рис. 1.3 ми бачимо, що на сайті зручна навігація, яка максимально зручна для пошуку необхідної інформації.



Рис 1.3 Скріншот веб-сайту ТОВ «АВАЛІС» - напрямки діяльності ТОВ «АВАЛІС», станом на 01.02.2020 р.

Сайт також містить інформацію про благодійну діяльність компанії, перелік усіх проектів в яких брав участь колектив ТОВ «АВАЛІС» (рис. 1.4), та подяки за цю діяльність, що гарно впливає на імідж компанії.



Рис. 1.4 Скріншот веб-сайту - перелік благодійних проєктів, у яких брало участь ТОВ «АВАЛІС», станом на 01.02.2020 р.

Веб-сайт містить список сертифікатів отриманих ТОВ «АВАЛІС» та перелік нагород, що збільшує довіру потенційного клієнта (рис. 1.5).

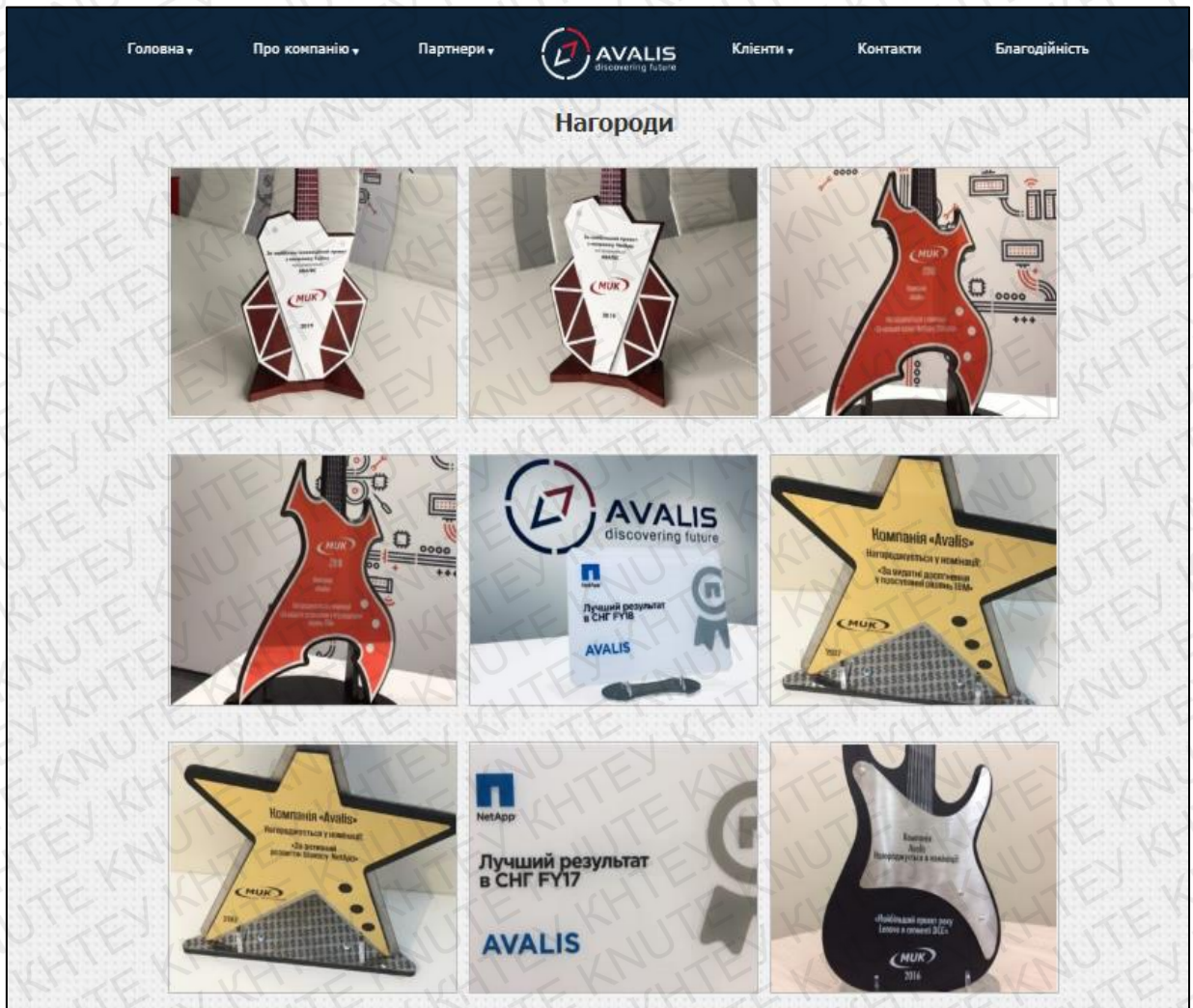


Рис. 1.5 Скріншот веб-сайту – нагороди ТОВ «АВАЛІС», станом на 01.02.2020 р.

Проте в пошуковій системі Google, в результаті запита «системний інтегратор Україна», сайт ТОВ «АВАЛІС» знаходиться аж на шостій сторінці пошуку.

З цього і виходить головна проблема – дуже мала кількість відвідувачів (рис. 1.6).



Рис. 1.6 Скріншот трафіку веб-сайту ТОВ «АВАЛІС» за даними ресурсу serpstat.com , станом на 01.01.2020 р.

Одним із конкурентів ТОВ «АВАЛІС» є компанія «IT Solutions», проаналізувавши трафік його веб-сайту, ми бачимо, що за місяць відвідувачів в середньому на 8774 чоловіка більше (рис. 1.7).

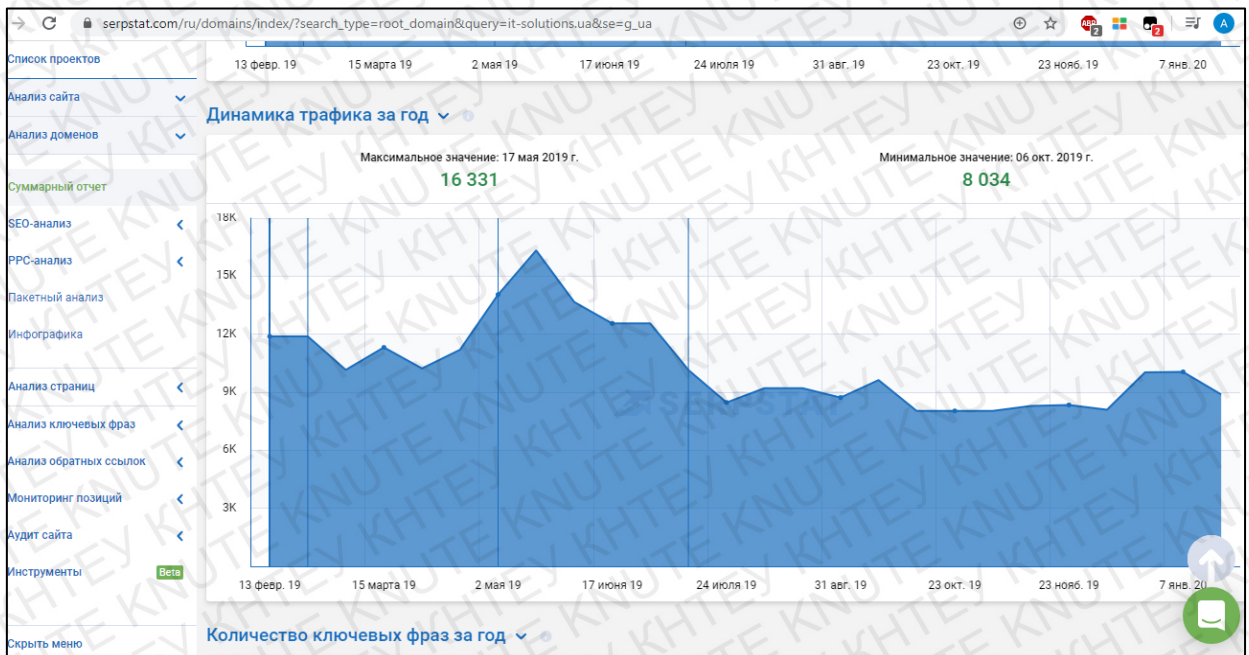


Рис. 1.7 Скріншот трафіку веб-сайту конкурента - «IT Solutions» за даними ресурсу serpstat.com , станом на 01.01.2020 р.

Загалом веб-сайт має всю необхідну інформацію, зручний, демонструє всі досягнення та переваги ТОВ «АВАЛІС» та позитивно впливає на враження про компанію. І своє основне завдання – познайомити потенційного клієнта з компанією та її основними перевагами (онлайн), виконує достатньо добре. Веб-сайт має адаптовану версію для мобільних пристроїв. Головна проблема – поганий трафік веб-сайту.

Наступним комунікаційним засобом який використовує ТОВ «АВАЛІС» є Facebook. В 2014 році компанія створила свою сторінку на Facebook (рис. 1.8), де розміщає інформацію про себе, вакансії, ділиться новинами, фотографіями та підтримує контакт з потенційними клієнтами. Всього на сторінці 68 публікацій. Сторінка ведеться неактивно і внаслідок цього має дуже мало підписників – лише 224 людини (станом на 01.01.2020). За 2019 рік було опубліковано лише 4 пости з таких приводів: поздоровлення з Новим Роком, продовження партнерства з Hewlett Packard Enterprise, поздоровлення з 8-им березнем, оголошення про набір спеціалістів в свою команду.

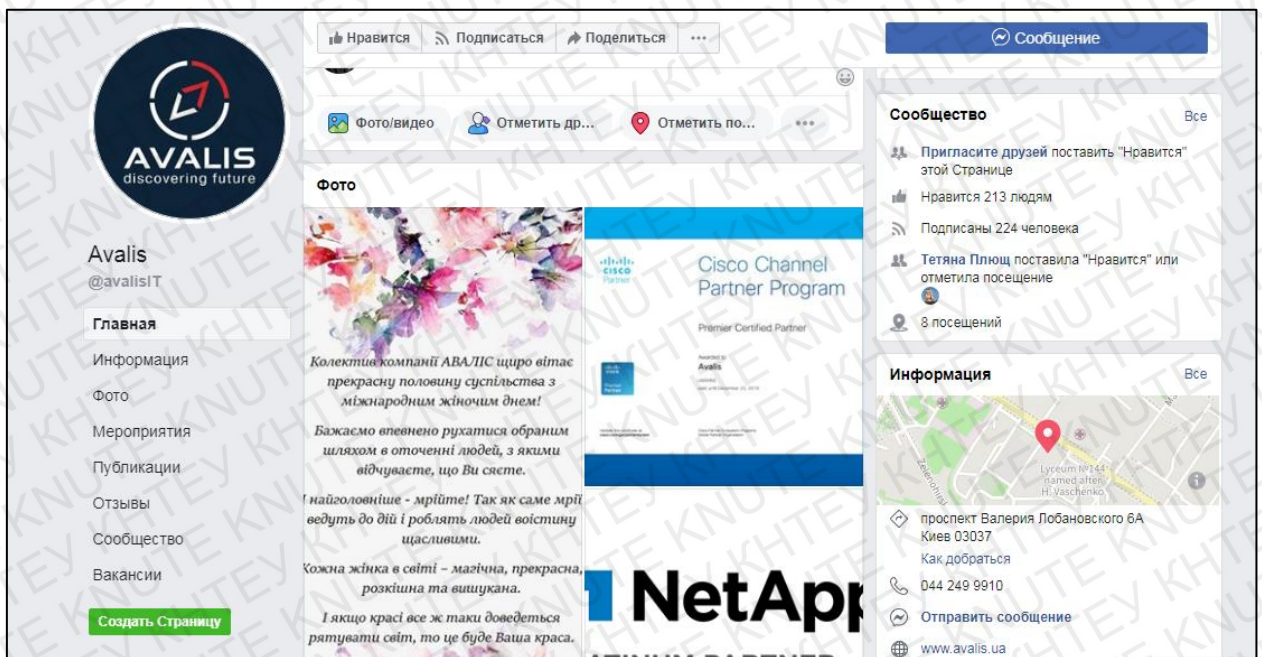


Рис. 1.8 Скріншот сторінки ТОВ «АВАЛІС» у Facebook, станом на 01.01.2020 р.

На цьому діяльність ТОВ «АВАЛІС» в Інтернеті для просування своїх послуг закінчується, що є дуже обмеженим варіантом інтернет-маркетингу.

Компанія не використовує багато інших способів просування в Інтернеті, що значно знижає ефективність, так як є недостатніми для значного впливу на аудиторію, та не привертає достатньо уваги, як наприклад могла би, якщо використовувала би більше способів інтернет-маркетингу разом.

У цілому компанія використовує, як канал збуту тендера, а Інтернет просування використовує лише для формування іміджу, репутації.

РОЗДІЛ 2

ТВОРЧЕ ПРОЕКТУВАННЯ

2.1. Підготовка стратегії Інтернет-просування ІТ послуг ТОВ «АВАЛІС».

На 2020-ий рік ми пропонуємо ТОВ «АВАЛІС» поставити перед собою такі завдання для просування в Інтернеті:

1. Провести SEO веб-сайту
2. Реклама в пошуковій системі Google
3. Активне ведення сторінки в Facebook
4. Реклама в Facebook та Instagram
5. Створення сторінки в Instagram, набуття достатньої кількості підписників.
6. Створення Youtube каналу компанії, набуття достатньої кількості підписників.
7. Реклама в Youtube.

Для реалізації цих завдань, пропонуємо запросити на роботу SMM-менеджера. Середня заробітна плата smm-менеджера в Києві, за даними інтернет-порталу work.ua – 15000 грн.

Розглянемо кожен пункт детальніше.

1. Провести SEO веб-сайту компанії.

Для успішного SEO веб-сайту, потрібно розробити семантичне ядро (рис. 2.1). Для початку ми аналізуємо власний сайт та шукаємо у ньому ключові слова. Потім це ж саме робимо на веб-сайті конкурентів. Після цього використовуємо ресурс «Планувальник ключевих слів» в Google та додаємо «стоп-слова». Видаляємо зі списку фрази з низькою частотою. Залишилося проставити для сторінки мета-теги, ключові слова, Title, Description.

На нашу думку в якості відповідальної особи за цю частину роботи, повинен бути адміністратор веб-сайту. Рекомендована частота проведення SEO - раз на рік. Дедлайн проведення SEO в 2020 році – до 01.03.2020 р.

Keyword		Мінімальне число запитів	Максимальне число запитів, місяць	Конкуренція	Індекс конкуренції	Мінімальна ставка для показу зверху сторінки	Максимальна ставка для показу зверху сторінки
Аутсорсинг	+Україна +Київ +ціна	10 000	100 000	Низкий	17	3,03	69,18
аутсорсингові послуги Україна	+Україна +Київ +ціна	0	100				
аутсорсингові послуги	+Україна +Київ +ціна	10	100	Низкий	25	3,12	9,31
аутсорсингові компанії	+Україна +Київ +ціна	10	100	Средний	36	5,26	281,9
Аутсорсинг компанія	+Україна +Київ +ціна	0	100	Неизвестно			
Аудит IT	+Україна +Київ +ціна	0	100	Неизвестно			
IT аудит ціна	+Україна +Київ +ціна	10	100	Низкий	26	7,64	16,02
Аудит IT-інфраструктури	+Україна +Київ +ціна	0	10	Неизвестно			
аутстафінг	+Україна +Київ +ціна	1 000	10 000	Средний	36	5,21	29,67
outstaffing	+Україна +Київ +ціна	100	1 000	Низкий	10	19,15	61,14
хмарні технології	+Україна +Київ +ціна	1 000	10 000	Низкий	1	4,24	38,07
IT компанії	+Україна +Київ +ціна	100	1 000	Низкий	2	4,72	11,42
захист інформації	+Україна +Київ +ціна	100	1 000	Низкий	4	3,51	3,61
системний інтегратор	+Україна +Київ +ціна	10	100	Низкий	3		
IT компанія це	+Україна +Київ +ціна	10	100	Низкий	0		
українські IT компанії	+Україна +Київ +ціна	10	100	Низкий	4		
IT інфраструктура	+Україна +Київ +ціна	10	100	Низкий	25	47,76	124,63
зберігання даних	+Україна +Київ +ціна	10	100	Низкий	0		
обробка даних	+Україна +Київ +ціна	10	100	Низкий	0		
передача інформації	+Україна +Київ +ціна	10	100	Низкий	0		
IT рішення для бізнесу	+Україна +Київ +ціна	0	10	Неизвестно			
Аутсорсинг ціна	+Україна +Київ +ціна		10	Неизвестно			
Послуги IT	+Україна +Київ +ціна	0	10	Неизвестно			
Системний інтегратор в сфері IT	+Україна +Київ +ціна	0	10	Неизвестно			
"Впровадження систем зберігання"	+Україна +Київ +ціна	0	10	Неизвестно			

Рис. 2.1 Скріншот розробки семантичного ядра ТОВ «АВАЛІС» за допомогою ресурсу «Планувальник ключових слів» в Google Ads.

2.Реклама в пошуковій системі Google

На нашу думку відповідальним за рекламу в пошуковій систему Google має бути адміністратор сайту. Починати тестову рекламну компанію, варто після проведення SEO і завершити через місяць.

Створюємо акаунт в Google Ads, створюємо нову рекламну компанію на випробувальний термін - місяць, тип компанії- пошукова, ціль – збільшення трафіку сайту, покази по всій Україні, вказуємо кінцеву ціль – сайт компанії, пишемо текст оголошення (рис.2.2).

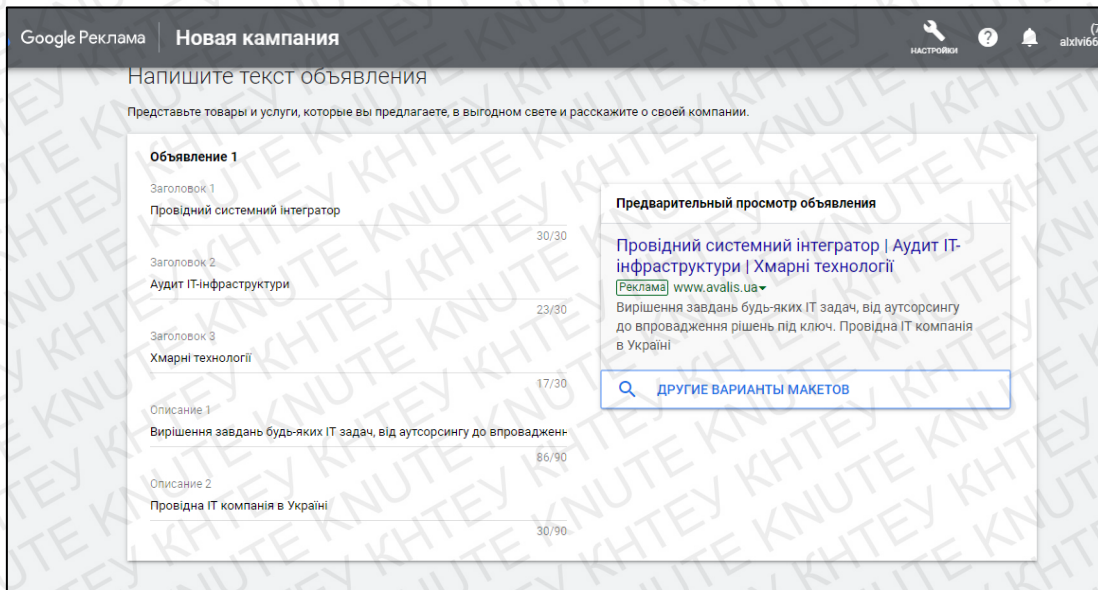


Рис. 2.2. Скріншот створення рекламного оголошення в Google Ads для ТОВ «АВАЛІС», 2020 р.

Для тестової рекламної компанії обираємо розклад показу в будь-який час, а після її завершення проаналізуємо ефективність показів та розробимо свій графік згідно з трафіком переглядів.

Вказуємо дані цільової аудиторії (рис. 2.3.) та вписуємо ключові слова з семантичного ядра.

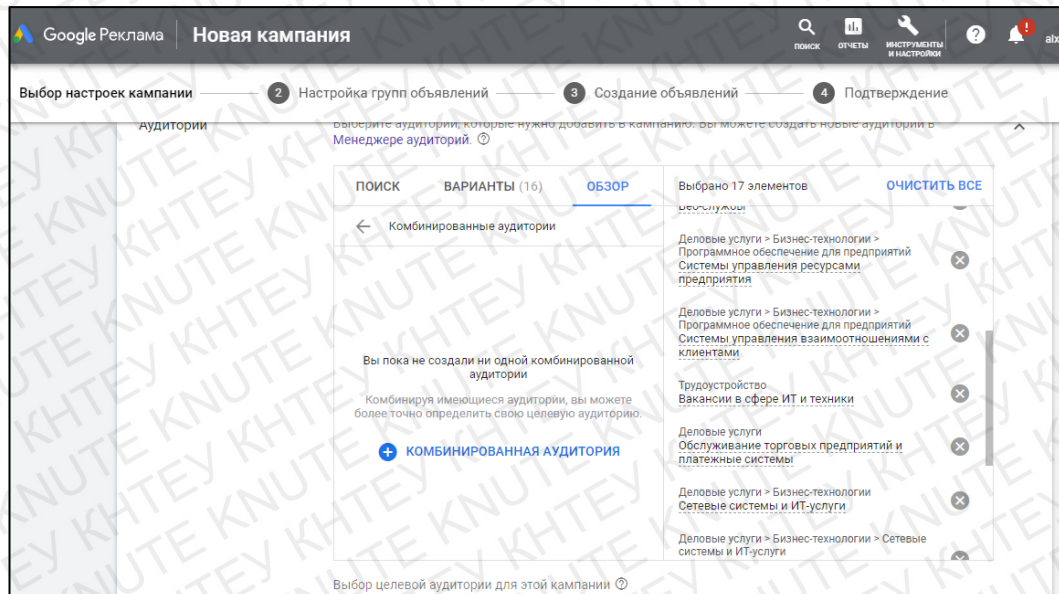


Рис. 2.3 Скріншот створення рекламної компанії ТОВ «АВАЛІС» в Google Ads, вибір цільової аудиторії, 2020 р.

З урахуванням вказаних нами даних, ми можемо отримати 420-720 кліків за в середньому 189 грн/день (рис. 2.4). Оплата відбувається за кліки.

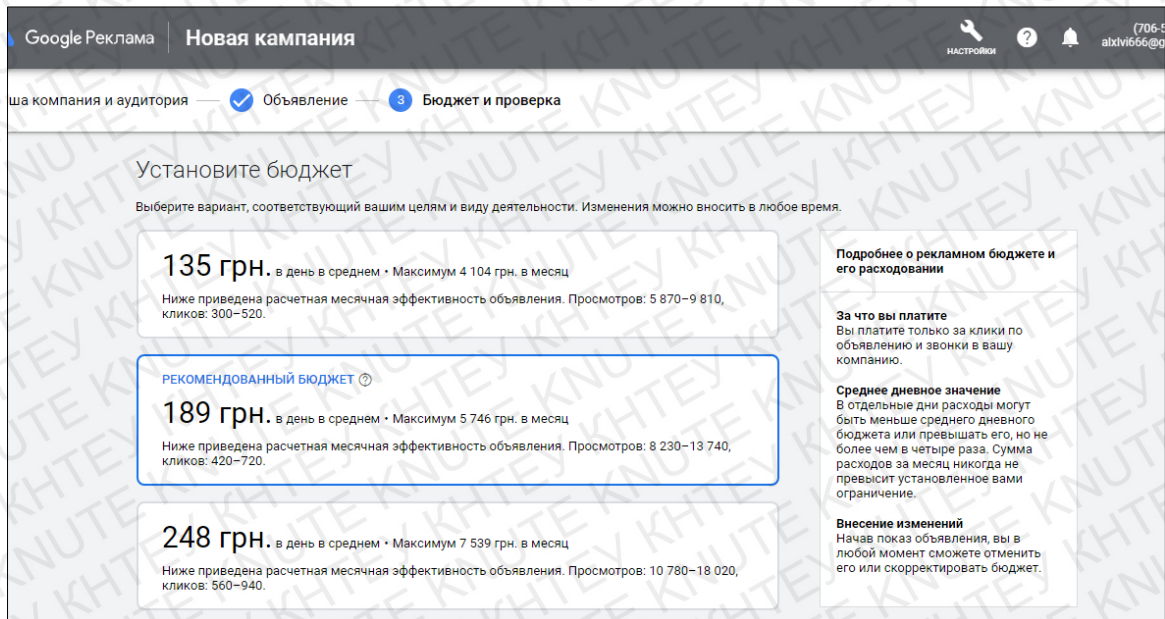


Рис.2.4. Скріншот - рекомендований бюджет пошукової реклами в Google Ads, 2020 р.

Після випробувального терміну потрібно буде внести зміни, відповідно до ефективності даної рекламної компанії.

3. Активне ведення сторінки в Facebook

Для набуття більшої кількості підписників в Facebook, сторінка повинна постійно поповнятися новими публікаціями, тому ми рекомендуємо smm-менеджеру, який буде відповідальний за ведення соціальних мереж, розробити чіткий план публікацій в Facebook для ТОВ «АВАЛІС» (як мінімум 4 публікації в місяць) з 01.01.2020 по 01.04.2020 .

В табл. 2.1 наведені запропоновані публікації.

Таблиця 2.1

Запропонований план публікацій ТОВ «АВАЛІС» в Facebook
01.01.2020-01.04.2020

Дата	Привід	PR-матеріал (рис.)
01.01.2020	Поздоровлення підписників з Новим Роком.	2.13
07.01.2020	Поздоровлення підписників з Різдвом.	2.14

Продовження таблиці 2.1

13.01.2020	Фрагмент відео «Все про компанію Avalis» з посиланням на Youtube канал компанії.	2.20
20.01.2020	Запрошення на IT-вечірку.	2.15
03.02.2020	Виставлення фото з IT-вечірки	
07.02.2020	Пост про найуспішніші проекти ТОВ «АВАЛІС» 2019-2020 рр.	2.17
13.02.2020	Фрагмент відео «Що таке IT технології» з посиланням на Youtube канал компанії.	2.21
20.02.2020	Пост з оновленою інформацією про компанію та переліком послуг.	2.11
27.02.2020	Пост про новинки в світі IT технологій	2.12
05.03.2020	Пост про партнерство ТОВ «АВАЛІС» з всесвітньо відомими вендорами.	2.16
12.03.2020	Фрагмент відео «Що важливо на співбесіді в IT компанії?» з посиланням на Youtube канал компанії.	2.22
20.03.2020	Пост на тему «Чому важливо використовувати IT технології для захисту свого бізнесу»	2.10
27.03.2020	Пост про участь у благодійному проєкті «Дихай, малюк»	2.18

4. Реклама в Facebook та Instagram

Реклама у соціальних мережах Facebook та Instagram, на нашу думку, має бути під відповідальністю smm-менеджера. Ми пропонуємо встановити випробувальний термін для цієї реклами на 1 місяць.

Для створення рекламної компанії і в Facebook і в Instagram ми використовуємо Facebook Ads Manager. В цілях обираємо – збільшення трафіку веб-сайту. Створюємо аудиторію по інтересам (рис. 2.5.)

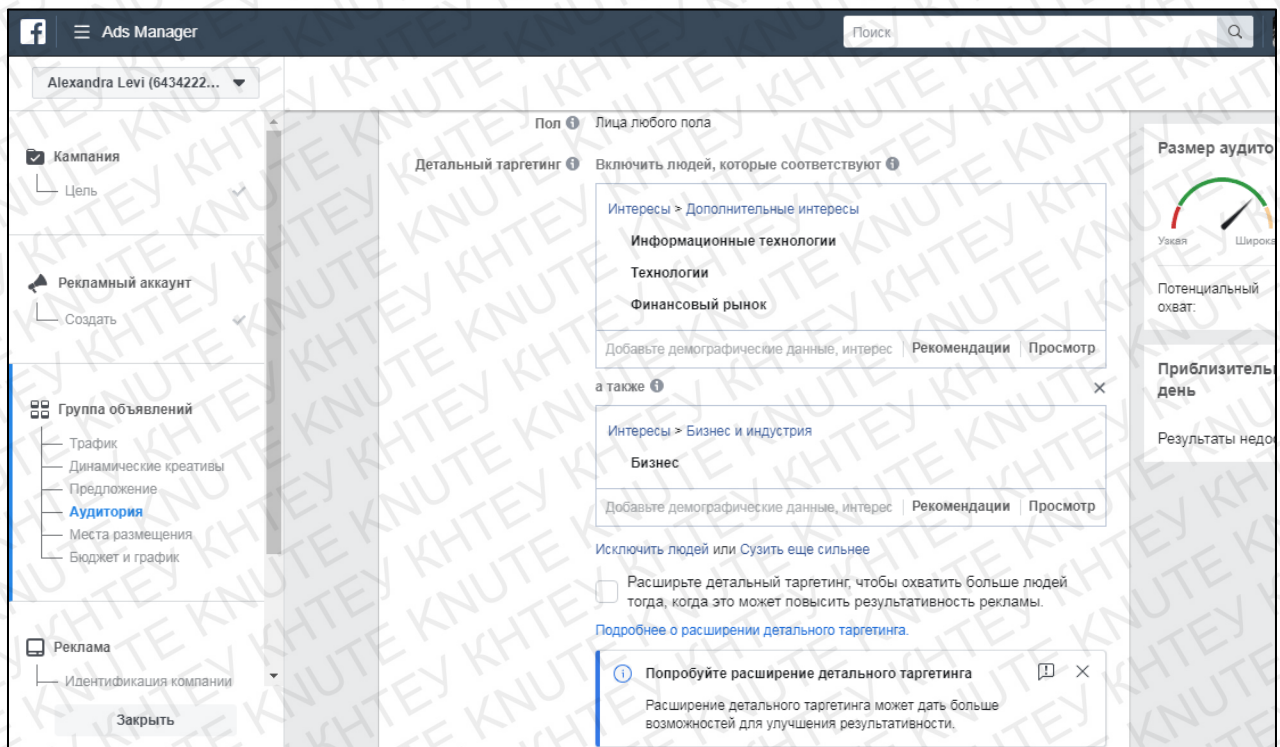


Рис. 2.5. Скріншот обрання аудиторії по інтересам в Facebook Ads Manager для ТОВ «АВАЛІС», 2020 р.

Обираємо бюджет. Перший місяць нашої рекламної компанії тестовий. Щоб зрівняти ефективність і зрозуміти на який інструмент реклами в Інтернеті робити наголос, ми встановимо такий же бюджет, як і для реклами в пошуковій системі Google -189 грн в день. Після місяця рекламної компанії ми побачимо, яка реклама приводить більше відвідувачів на наш сайт, і де більше потенційних клієнтів та скоректуємо бюджети та динаміку. До сторінки в Facebook треба під'єднати Instagram акаунт. Обираємо місця розміщення-стрічка новин Facebook, стрічка Instagram, правий стовпчик Facebook, цікаве в Instagram. Для реклами будемо використовувати вже існуючу публікацію на сторінці компанії в Facebook, наприклад відео «Все про компанію Avalis» (рис.2.6).

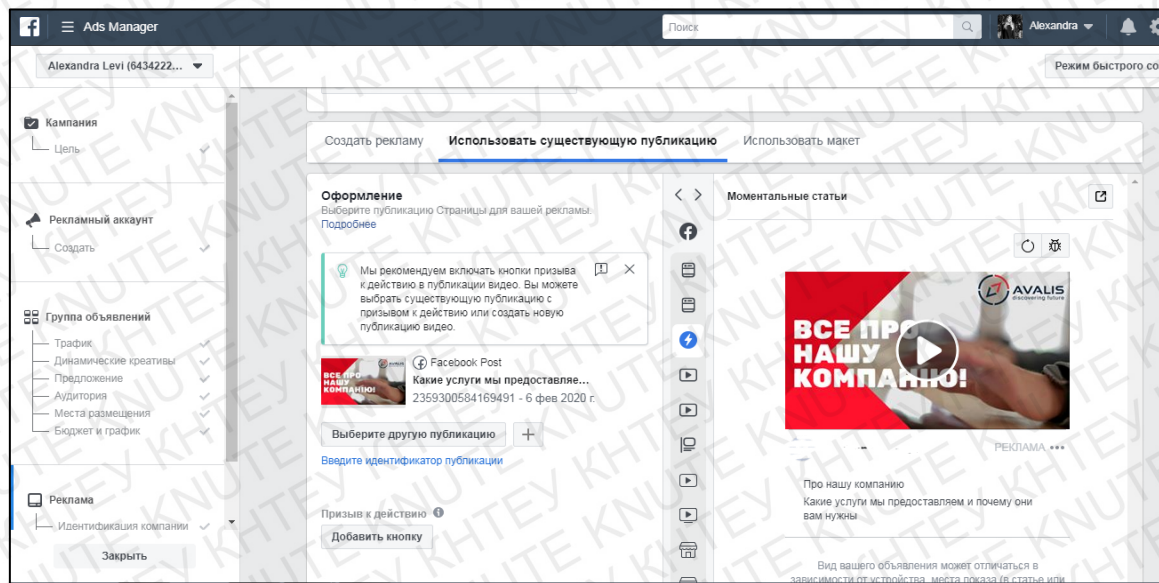


Рис. 2.6. Запропонований зразок розміщення реклами ТОВ «АВАЛІС» в 2020 р.

Так як ціль компанії - збільшити трафік на сайт, то додаємо URL нашого сайту.

5. Створення сторінки в Instagram.

Для примноження аудиторії в Instagram, потрібно постійно збагачувати свою сторінку новими публікаціями та історіями – 4 публікації в місяць. Відповідальним за ведення Instagram сторінки має бути smm-менеджер. В табл. 2.2 запропонований план публікацій постів в Instagram в період з 01.01.2020 по 01.04.2020, що майже повністю дублює публікації в Facebook, але з додаванням історій.

Таблиця 2.2.

Запропонований план публікацій ТОВ «АВАЛІС» в Instagram

01.01.2020-01.04.2020

Дата	Привід	PR-матеріал (рис.)
01.01.2020	Історія – поздоровлення підписників з Новим Роком.	2.13
07.01.2020	Історія – поздоровлення підписників з Різдвом.	2.14
13.01.2020	Фрагмент відео «Все про компанію Avalis» з посиланням на Youtube канал компанії.	2.20
20.01.2020	Запрошення на IT-вечірку, дублюємо в історію.	2.15

Продовження таблиці 2.2

03.02.2020	Виставлення фото з IT-вечірки	
07.02.2020	Пост про найуспішніші проекти ТОВ «АВАЛІС» 2019-2020 рр.	2.17
13.02.2020	Фрагмент відео «Що таке IT технології» з посиланням на Youtube канал компанії.	2.21
20.02.2020	Пост з оновленою інформацією про компанію та переліком послуг.	2.11
27.02.2020	Пост про новинки в світі IT технологій	2.12
05.03.2020	Пост про партнерство ТОВ «АВАЛІС» з всесвітньо відомими вендорами.	2.16
12.03.2020	Фрагмент відео «Що важливо на співбесіді в IT компанії?» з посиланням на Youtube канал компанії. Дублюємо в історію.	2.22
20.03.2020	Пост на тему «Чому важливо використовувати IT технології для захисту свого бізнесу»	2.10
27.03.2020	Пост про участь у благодійному проєкті «Дихай, малюк». Дублюємо в історію.	2.18

6. Створення Youtube каналу компанії.

Ми пропонуємо зробити відповідальним за ведення та наповнення Youtube каналу smm-менеджера.

На своєму каналі ТОВ «АВАЛІС», може розміщати інформаційні відео про свою компанію, послуги, новинки в світі IT технологій, благодійну діяльність та інше. Рекомендована частота розміщення відео – раз на місяць. В якості першого відео буде правильно розмістити відео-привітання, де представник компанії, розповість про діяльність, історію та переваги ТОВ «АВАЛІС». Відео може називатися «Все про компанію Avalis».

Другим, можна розмістити якесь загальнорозвиваюче тематичне відео, наприклад відео «Що таке IT технології?». Наступне відео - «Що важливо на співбесіді в IT компанії?». Інформація в відео повинна бути цікавою, чіткою та якісною. Контент повинен постійно оновлюватися новими відео (раз у місяць).

7. Реклама в Youtube

Відповідальність за рекламу в Youtube, також лежить на плечах smm-менеджера. Ми пропонуємо встановити випробувальний період – 1 місяць і

обрати такий самий бюджет, як і для запропонованих вище рекламних компаній, а саме 189 грн/день.

Реклама в Youtube робиться через Google Ads. Створюємо рекламну компанію, ціль- трафік на сайт, метод показу – рівномірний, місця показу – Youtube і партнерські відео ресурси в КМС, місце розташування – Україна, обмеження по частоті показу одному користувачу– 2 рази на тиждень. Розробляємо аудиторію – аудиторія зацікавлених покупців : обслуговування підприємств, бізнес технології, програмне забезпечення. По інтересам: банківські та фінансові послуги, технології та ін. Встановлюємо ключові слова (рис. 2.7).

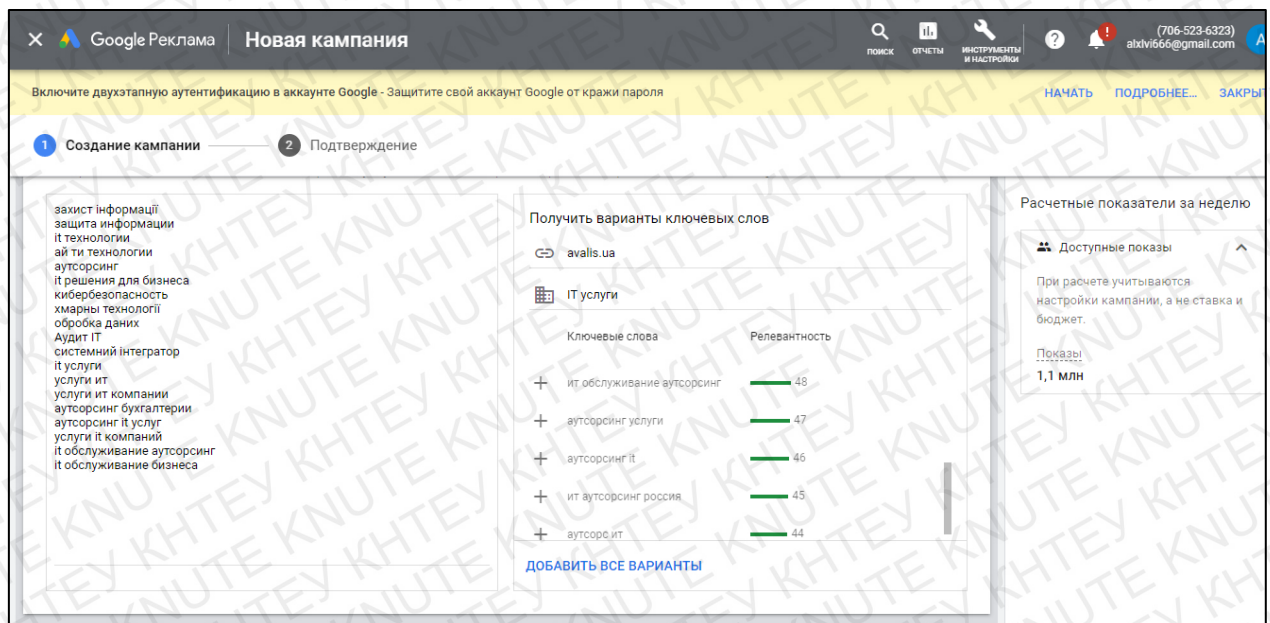


Рис.2.7 Скріншот обрання ключових слів в Google Ads, для реклами ТОВ «АВАЛІС» в Youtube, 2020р.

Обираємо теми контенту, що дивиться потрібна нам аудиторія (рис.2.8).

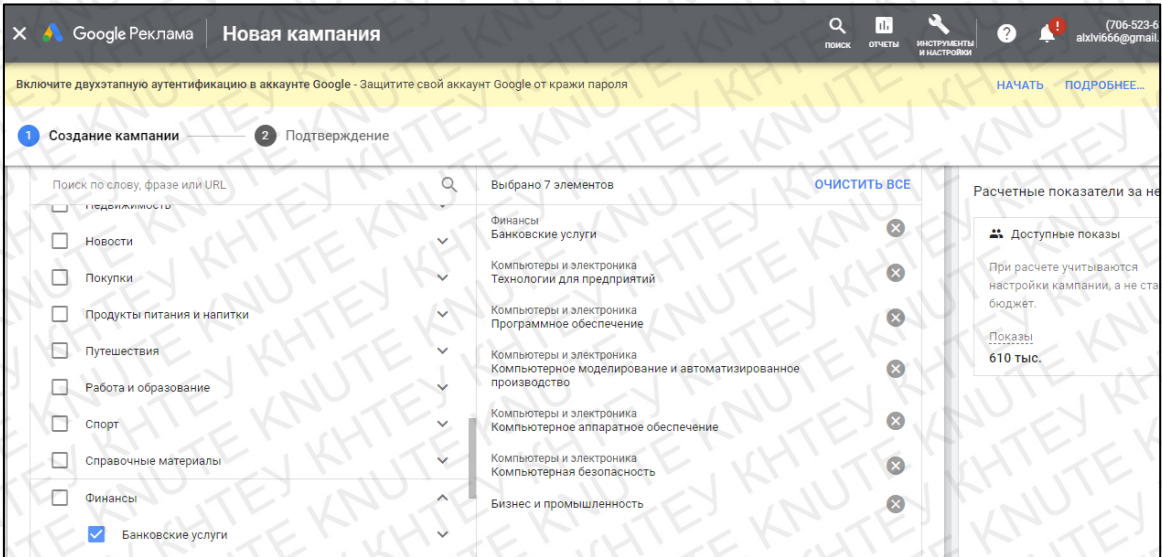


Рис. 2.8 Скріншот вибіру аудиторії ТОВ «АВАЛІВС» по темам контенту для Youtube реклами через Google Ads, 2020р.

Обираємо відео, яке треба рекламувати. Прописуємо кінцевий URL. Вид доступної нам реклами – оголошення в In-Stream з можливістю пропуску (рис. 2.9).

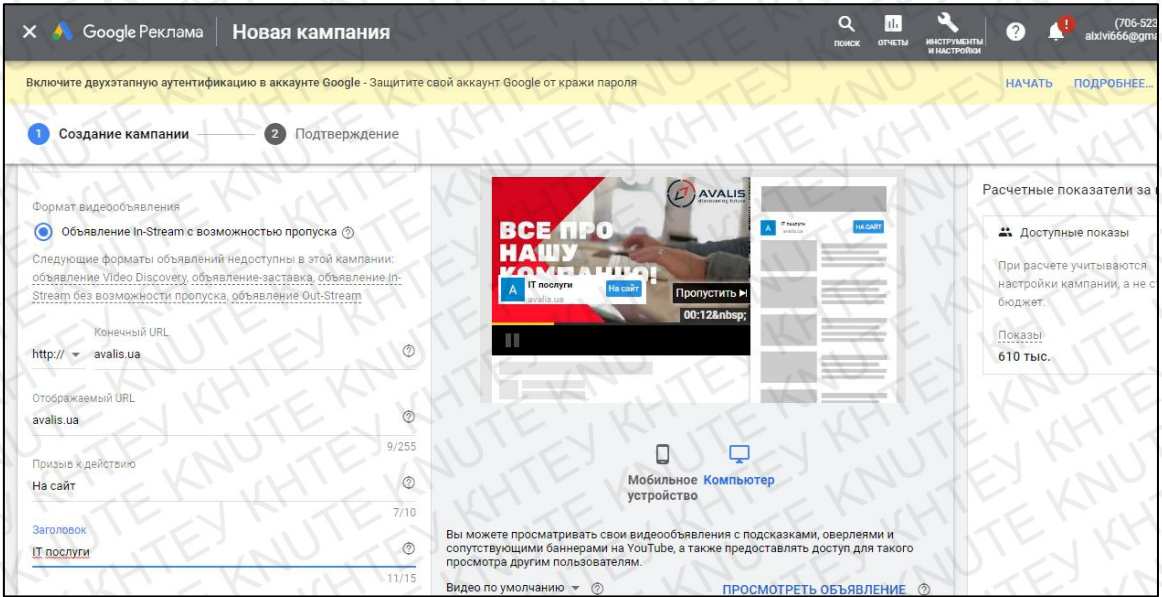


Рис.2.9 Скріншот запропонованої рекламної компанії ТОВ «АВАЛІС» в Google Ads для Youtube, 2020 р.

Через місяць після запуску рекламної компанії, аналізуємо ефективність та коректуємо бюджет, аудиторію та тематику.

Отож ми пропонуємо ТОВ «АВАЛІС» використовувати більше інструментів інтернет-маркетингу та дотримуватись певної послідовності дій,

спрямованих на ефективне просування ІТ-послуг. Постійно аналізувати ефективність кожного інструмента та коректувати обрані аудиторії, частоту та бюджет.

2.2 Розробка рекламних та PR-матеріалів для просування ІТ послуг ТОВ «АВАЛІС»

З урахуванням вищенаведеного, перед нами стає задача розробити рг-матеріали для використання їх в нашій стратегії.

Запропоновані далі зображення розроблено відповідно до плану просування в Facebook та Instagram, в період з 01.01.2020 по 01.04.2020 (див. табл. 2.1, табл. 2.2).

На рис. 2.10 запропоноване зображення для публікації на тему «Чому важливо використовувати ІТ технології для захисту свого бізнесу», як для Facebook так і для Instagram. Текст публікації буде містити не тільки інформативний характер, а і одразу конкретні запропоновані послуги від ТОВ «АВАЛІС», направлені на захисту бізнесу. Зображення є вдалим, адже містить конкретний заклик до дії.



Рис 2.10 Запропоноване зображення для публікації «Чому важливо використовувати ІТ технології для захисту свого бізнесу» у соціальних мережах у 2020 р.

Для публікації з оновленою інформацією про компанію та переліком послуг, що надаються ТОВ «АВАЛІС» пропонуємо використати наступне зображення (рис. 2.11), на якому є також перелік деяких популярних послуг компанії.



Рис 2.11 Запропоноване зображення для публікації з оновленою інформацією про компанію та переліком послуг для публікації у соціальних мережах у 2020 р.

Дуже цікавою повинна бути публікація про різноманітні новинки в світі ІТ технологій та про їх використання в діяльності ТОВ «АВАЛІС». На рис. 2.12 запропоноване зображення для цієї публікації. Лампочка на зображенні є символом технологій.



Рис 2.12 Запропоноване зображення для публікації про ІТ новинки у соціальних мережах у 2020 р.

Наступні зображення є запропонованим для поздоровлення підписників в Facebook і Instagram з Новим Роком (рис. 2.13) та з Різдвом Христовим (рис. 2.14).



Рис.2.13 Запропоноване зображення для привітання з Новим Роком підписників ТОВ «АВАЛІС» у соціальних мережах у 2020 р.



Рис 2.14 Запропоноване зображення для привітання з Різдвом Христовим підписників ТОВ «АВАЛІС» у соціальних мережах у 2020 р.

Для запрошення бажаючих на ІТ вечірку компанії «Аваліс», пропонуємо використати наступне зображення (рис. 2.15), що передає дух типових американських вечірок з піццою. Зображення містить всю необхідну інформацію про подію, а саме час та місце проведення.



Рис. 2.15 Запропоноване зображення для запрошення на ІТ вечірку підписників ТОВ «АВАЛІС» у соціальних мережах у 2020 р.

Наступне зображення є запропонованим для публікації про партнерів компанії (рис. 2.16). Повідомлення буде містити інформацію про відомих своєю якістю, та провірених часом вендорів ТОВ «АВАЛІС».



Рис.2.16 Запропоноване зображення для публікації про партнерів компанії у соціальних мережах у 2020 р.

Публікація про найуспішніші проекти ТОВ «АВАЛІС» 2019-2020 рр. - це хороша реклама для компанії, адже бачачи успішні рішення впроваджені компанією, потенційні клієнти будуть більш впевнені в компетенції та в досвіді. Для цієї публікації пропонуємо зображення, з лозунгом «Краще ІТ рішення для безпеки ваших даних» (рис. 2.17).



Рис. 2.17 Запропоноване зображення для публікації про найуспішніші проекти ТОВ «АВАЛІС» в період 2019-2020 рр, у соціальних мережах у 2020 р.

Публікації про благодійну діяльність показують гарний приклад, та добре впливають на імідж компанії. Для публікації про участь у благодійному проекті «Дихай, малюк», пропонуємо використати зображення, що представлено на рис. 2.18.

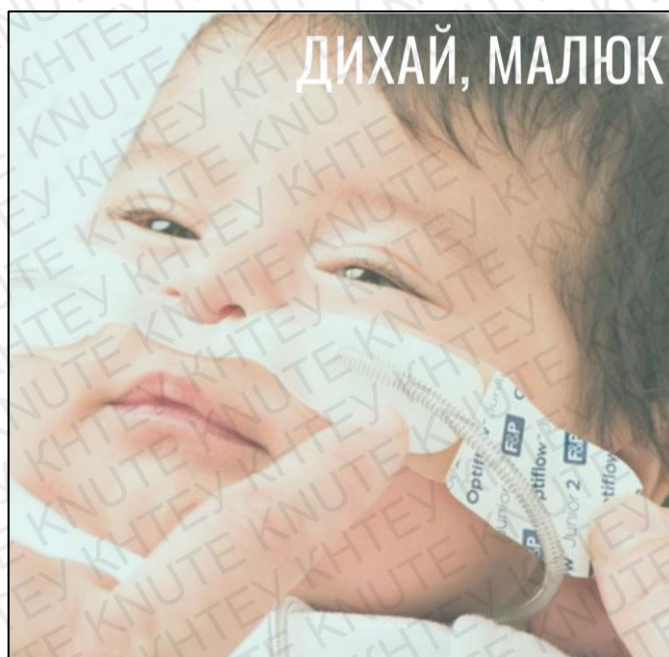


Рис.2.18 Зображення для публікації про участь у благодійному проєкті «Дихай, малюк».

Наступне зображення це приклад історії в Instagram (рис. 2.19). Зображення є дуже яскравим, тому дуже добре привертає увагу.



Рис. 2.19 Запропонована історія в Instagram для ТОВ «АВАЛІС», 2020 р.

Наступним активним каналом, який буде використовуватися для просування в Інтернеті, є Youtube. Для оформлення Youtube каналу ТОВ «АВАЛІС», використовуємо її логотип, та фірмові кольори (рис. 2.20).

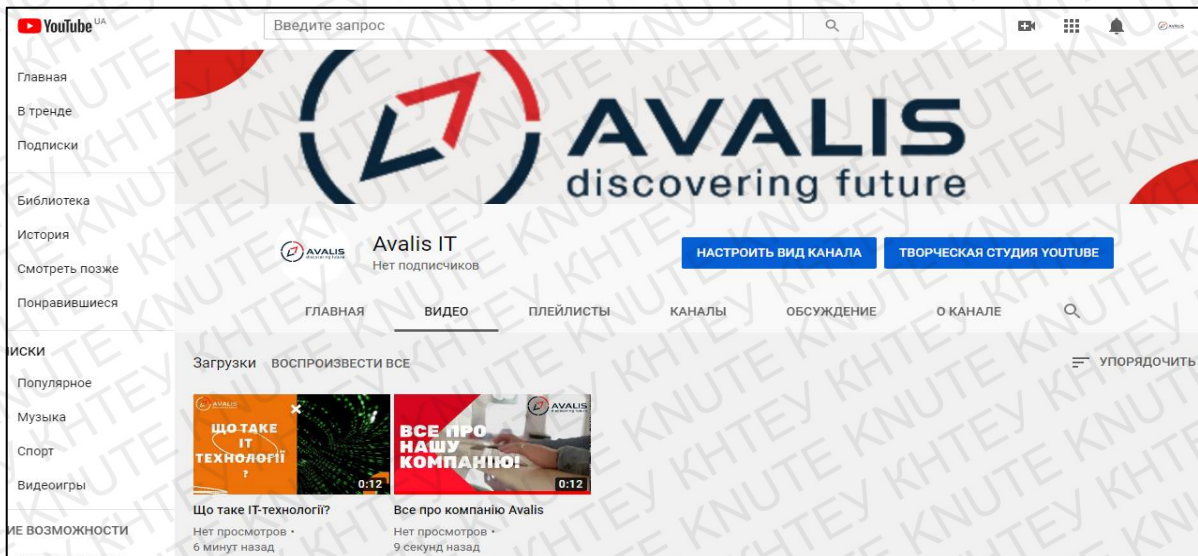


Рис. 2.20 Скріншот запропонованого оформлення Youtube каналу ТОВ «АВАЛІС»

Перше відео на каналі - це своєрідне привітання, представник компанії розповідає про діяльність, історію та переваги ТОВ «АВАЛІС» (рис. 2.21).

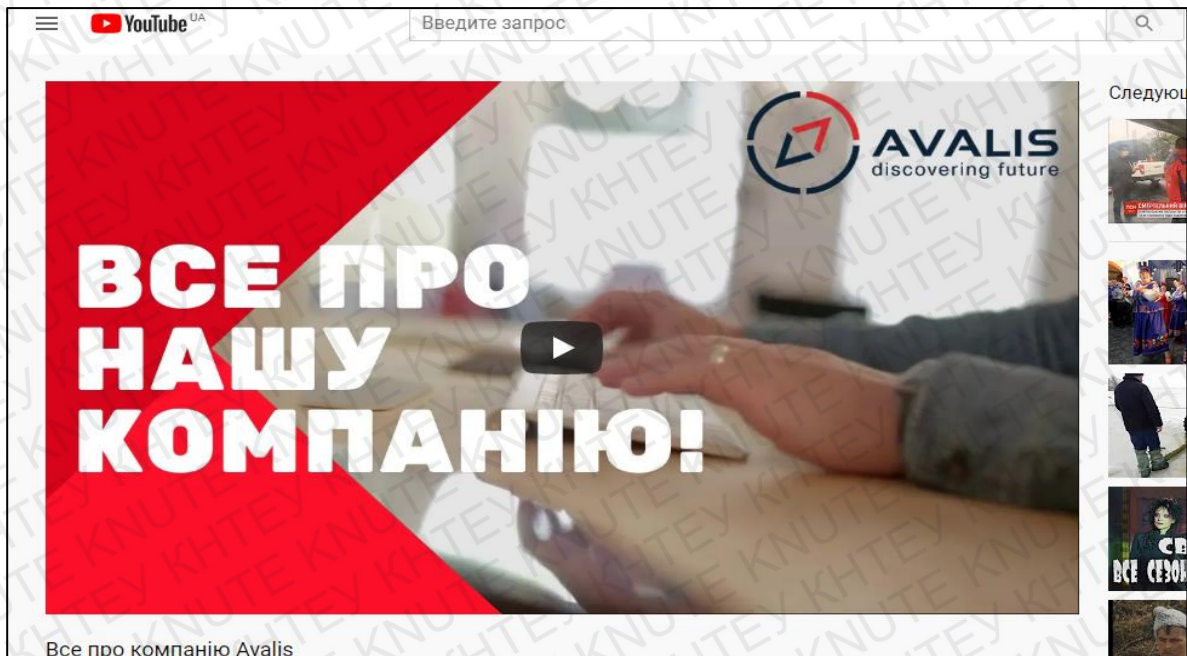


Рис 2.21 Скріншот запропонованого відео для розміщення на Youtube каналі ТОВ «АВАЛІС» у 2020 р. - «Все про компанію Avalis»

Друге відео - «Що таке ІТ технології?» (рис. 2.22).



Рис 2.22 Скріншот запропонованого відео для розміщення на Youtube каналі ТОВ «АВАЛІС» у 2020 р. - «Що таке ІТ технології?»

Третє відео на каналі – «Що важливо на співбесіді в ІТ компанії?», є дуже цікавим і ефективним для привернення аудиторії (рис. 2.23).

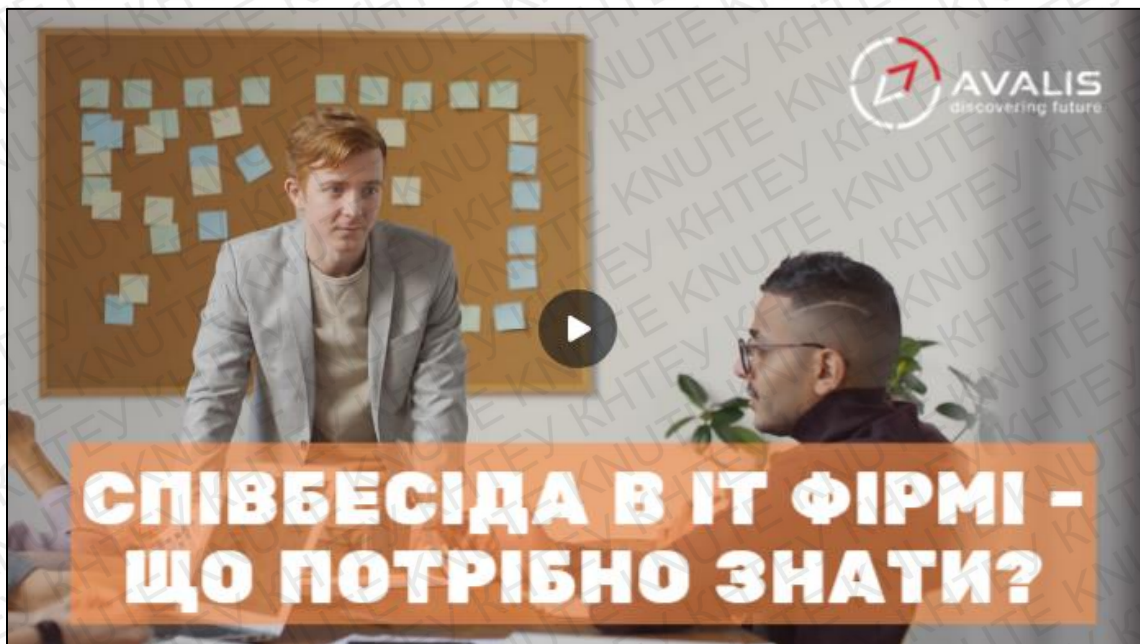


Рис 2.23 Скріншот запропонованого відео для розміщення на Youtube каналі ТОВ «АВАЛІС» у 2020 р. - «Що важливо на співбесіді в ІТ компанії?»

Отже, таким чином ми розробили всі потрібні PR-матеріали для просування ТОВ «АВАЛІС» через Facebook, Instagram та Youtube в період з 01.01.2020 по 01.04.2020.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження зроблено такі висновки:

1. Наведено характеристику діяльності ТОВ «АВАЛІС» на ринку ІТ послуг та зазначено, що ТОВ «АВАЛІС» - компанія, що займається аудитом ІТ-інфраструктури, впровадженням систем обробки та зберігання інформації, хмарними технологіями, проектуванням та інтеграцію систем по забезпеченню ІТ-безпеки, проектуванням і впровадженням захищених корпоративних мереж, проектуванням і впровадженням систем спільної роботи, аутсорсингом та аутстафінгом. Як канал збуту використовує тендера на порталі ProZorro. Метод ціноутворення для послуг, які потребують закупівлі систем у партерів компанії, базується на формулі - закупівельна ціна + певний відсоток (конфіденційна інформація). У разі надання послуг з використання систем розроблених ТОВ «АВАЛІС», ціни встановлюються на основі рівня поточних цін, або на основі торгів.

Має великий накопичений досвід вирішення завдань будь-якого ступеня складності, від аутсорсингу до впровадження рішень під ключ. Цільова аудиторія компанії «Аваліс» це українські та іноземні компанії, які здійснюють свою діяльність в таких секторах ринку як: фінансовий, банківський, страхові компанії, енергетичний, промисловий, роздрібна торгівля, медичний, державний, медіа та фармацевтичний.

Серед сильних сторін компанії: широкий асортимент якісних послуг, високий рівень компетентності штату, багато успішно реалізованих проектів, партнерами компанії є всесвітньо відомі вендори, компанія має більш ніж 17 нагород, активно бере участь у благодійних проектах, має багато відомих клієнтів, постійно розвивається. Серед слабких сторін те, що компанія зовсім не просуває свої послуги, що зменшує кількість потенційних клієнтів.

2. Проведено аналіз Інтернет- просування послуг ТОВ «АВАЛІС» та зроблено висновок, що компанія має свій веб-сайт, на якому є вся необхідна інформація. Сайт є достатньо зручним і виконаний у фірмовому стилі

компанії. Має відомості про надані послуги, партнерів та клієнтів компанії. Також на сайті розміщуються статті про участь ТОВ «АВАЛІС» у різноманітних благодійних проектах. Проте в пошуковій системі Google, в результаті запита «системний інтегратор Україна», сайт ТОВ «АВАЛІС» знаходиться аж на шостій сторінці пошуку, через це кількість відвідувачів сайту дуже мала. Проаналізувавши трафік відвідування веб-сайту конкурента компанії - «IT Solutins», ми бачимо, що в місяць кількість відвідувачів цього сайту в середньому на 8774 особи більше ніж на веб-сайті ТОВ «АВАЛІС». В 2014 році компанія створила власну сторінку на Facebook, на якій розмістила загальну інформацію про себе, а також періодично публікує новини, але кількість підписників лише 224 особи. Це обумовлюється тим, що активність сторінки дуже мала. За 2019 рік, було виставлено лише 4 публікації. Інтернет ресурси ТОВ «АВАЛІС» використовує більше для формування іміджу, а не для привертання нових клієнтів.

3. Розроблена стратегія просування послуг ТОВ «АВАЛІС» засобами інтернет-маркетингу. Були запропоновані наступні заходи:

- провести SEO веб-сайту – було розроблено семантичне ядро, мета-теги, ключові слова, Title, Description;
- реклама в пошуковій системі Google – розроблене рекламне повідомлення через Google Ads, з чітко виставленою аудиторією та прописаними ключовими словами. З урахуванням вказаних нами даних, ми можемо отримати 420-720 кліків за в середньому 189 грн/день.
- активне ведення сторінки в Facebook – розроблений план публікування постів на 3 місяці. Обов'язково публікувати, як мінімум 4 пости в місяць.
- реклама в Facebook та Instagram - розроблена рекламна компанія через Facebook Ads Manager, з чітко зазначеною аудиторією. Обраний бюджет такий самий, як і в пошуковій рекламі через Google Ads.

- створення та активне ведення сторінки в Instagram - розроблений план публікування постів на 3 місяці. Обов'язково публікувати, як мінімум 4 пости в місяць.
- створення Youtube каналу компанії - на своєму каналі компанія може розміщати інформаційні відео про свою компанію, послуги, новинки в світі IT технологій, благодійну діяльність та інше. Запропонована частота розміщення відео – раз у місяць. Перше відео - «Все про компанію Avalis», в якому представник компанії, розповість про їх діяльність, історію та переваги. Друге відео - «Що таке IT технології?», третє- «Що важливо на співбесіді в IT компанії?».
- Реклама в Youtube - створили рекламну компанію через Google Ads, встановили аудиторію по зацікавлених в покупці та по інтересам, встановили ключові слова та теми контенту, що дивиться потрібна нам аудиторія. Обране нами відео для реклами – «Все про компанію Avalis». Вид реклами - оголошення в In-Stream з можливістю пропуску. Тестовий бюджет, такий самий, як і у попередніх рекламних компаніях – 189 грн/день.

Всі запропоновані заходи мають випробувальний термін – 1 місяць, та розпочинаються з тестового бюджету- 189 грн/день. Після завершення випробувального періоду, ми маємо проаналізувати ефективність кожної запропонованої рекламної компанії, по показнику переходів на сайт, ціни за перехід, та відсоток потенційних клієнтів серед відвідувачів сайту. Відповідно до висновків, потрібно скорегувати частоту, бюджет та аудиторії рекламних компаній. Рекомендація – запросити на роботу SMM-менеджера.

4. Розроблено PR-матеріали для запропонованої стратегії – зображення для Instagram та Facebook, та відео для каналу Youtube.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Грехов А М Электронный бизнес (Е-коммерция): учебное пособие / Грехов А М - К: Кондор, 2011 - 302 с.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Кальна-Дубінюк, Т.П. Паблік рілейшнз: навч. посіб. / Т.П. Кальна-Дубінюк, Р.І. Буряк. – К.: [б.в], 2010. – 204 с.
4. Каталано Ф Internet-маркетинг для "чайников" / Катала-но Ф - М: Вильяме ИД, 2011 - 304 с.
5. Кузнєцова Н. Інтернет-маркетинг в Україні: проблеми та перспективи [Електронний ресурс] / Н. Кузнєцова – Режим доступу до ресурсу: http://bulletin-econom.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2015/11/137_16.pdf
6. Маркетинговые коммуникации / А.А. Романов, А.В. Панько. – М.: Эксмо, 2006. – 432 с.
7. Далворт М. Социальные сети: руководство по эксплуатации — М.: ООО «Издательство «Добрая книга», 2010. — 248 с.
8. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета / Майкл Стелзнер.,— Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 288 с.
9. Назайкин А. Н. Эффективная реклама в прессе: Практическое пособие / А.Н. Назайкин – М.: Международный институт рекламы, 2011. – 180 с.
10. Особливості сучасного ринку ІТ-послуг та специфіка просування на ньому[Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/22359/1/EV2017_291-298.pdf.
11. Почепцов Г. Паблік рілейшнз, или как успешно управлять общественным мнением / Георгий Почепцов – Центр, 2004. – 336 с.
12. Cleverics [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://cleverics.ru/>.
13. IBM [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ibm.com/ru-ru/it-infrastructure>.

