

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра маркетингу

**РЕФЕРАТ  
кваліфікаційної роботи  
на здобуття освітнього ступеня бакалавр  
зі спеціальності 6.030507 «Маркетинг»**

на тему: «Email-маркетинг підприємства «Антошка» на ринку  
маркетингових комунікацій»

**Виконавець:**

студент 3 групи ЦЗФН факультету  
Москальова Д.Ф.

\_\_\_\_\_  
/підпис/

**Науковий керівник:**

д.е.н., професор  
Кухарська Н.О.

\_\_\_\_\_  
/підпис/

**Одеса 2019**

Дана дипломна робота розкриває теорію ведення email-маркетингових комунікацій і практику впровадження email-маркетингу на прикладі компанії «Антошка» - мережі дитячих супермаркетів і інтернет-магазину Antoshka.ua - протягом останніх трьох років – 2016, 2017 і 2018 рр.

У першому розділі розкривається сутність email-маркетингових комунікацій та наводяться основні визначення email-маркетингу. Відображається перевага email-маркетингових комунікацій для супроводу клієнта на всьому шляху його взаємодії з компанією - знайомство з компанією і брендом, момент виникнення потреби в певних товарах і здійснення клієнтом покупки. А також комунікація з клієнтом після здійснення покупки, можливість стимулювання повторних покупок, регулярних покупок, коли клієнт стає не просто клієнтом, а прихильником компанії та бренду, і сам рекомендує її своїм знайомим, рідним і друзям.

У другому розділі проводиться аналіз компанії «Антошка». У розділі компанія «Антошка» описана з точки зору положення на ринку маркетингових комунікацій. Детально описане внутрішнє маркетингове середовище - організаційна структура, клієнти, постачальники, конкуренти. Також описана зовнішнє маркетингове середовище - то, що впливає на побудову і ведення email-маркетингу в компанії - економічна ситуація в країні, соціальні та політичні чинники. Також у другому розділі наведені метрики, що відображають ефективність email-маркетингу в компанії, за період з 2016 по 2018 рр. Видно, що зростає кількість підписників, вдосконалюється система email-розсилок в цілому, однак, і зростають витрати на підтримку email-маркетингу. Розрахована ефективність на прикладі збільшення доходу з проморозсилок, яка збільшується з кожним роком. У 2016 р. сума доходу з проморозсилок склала 202 тис. грн., а вже у 2018 р. 321 тис. грн. Це було пов'язано з тим, що збільшилась база email-контактів.

Згідно з розрахунками та наведеної статистики, email-маркетинг підприємства «Антошка» має потенціал для розвитку. Необхідно зробити більш глибоку автоматизацію процесів, персоналізацію контенту та оптимізувати існуючу систему email-розсилок та email-маркетинг в цілому.

У третьому розділі розрахований коефіцієнт повернення інвестицій за 2016-2018 рр., а також зроблений прогноз щодо збільшення ROI, вказані можливі методи для вдосконалення email-маркетингу підприємства. Пропонуються заходи щодо вдосконалення всіх сторін email-маркетингу та оптимізації існуючих процесів, починаючи від збільшення % зростання підписників та вдосконалення контенту і дизайну. А також пропонується більш широко використовувати нові технології - глибока персоналізація і сегментація підписаної бази, яка дозволить робити розсилки більш цікавими для кожного конкретного клієнта, автоматизація розсилок, яка позбавить фахівців від рутини і дозволить збільшити кількість персоналізованих тригерних розсилок, які мають найвищі показники по клікабельности.

Наведені розрахунки показують, наскільки можливо збільшити ROI протягом року в разі оптимізації та удосконалення існуючих процесів при тому, що % конверсії в замовлення буде залишатися незмінним.

Впровадження нових технологій передбачає ще більше зростання доходу від email-каналу, але при цьому вимагає інвестицій і збільшення витрат, відповідно їх впровадження вимагає більш точних розрахунків і має слідувати після оптимізації тих процесів, які вже впроваджені в компанії.

## АНОТАЦІЯ

випускної роботи на здобуття освітнього ступеня бакалавра  
Москальової Д. Ф.

«Email-маркетинг підприємства «Антошка» на ринку маркетингових  
комунікацій»

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, 2019 рік

Випускна робота складається з 3 розділів.

У роботі розглядаються

1. Теоретичні засади email-маркетингу на ринку маркетингових комунікацій.
2. Характеристика та аналіз email-маркетингу підприємства «Антошка» на ринку маркетингових комунікацій.
3. Шляхи удосконалення email-маркетингу підприємства «Антошка»

**Ключові слова:** маркетингові комунікації, email-маркетинг, підприємство «Антошка», ефективність.

## **Annotation**

graduation work for obtaining an educational bachelor's degree  
Moskalova D. F.

«Email-marketing of Antoshka enterprise in the market of marketing  
communications.»

Odessa National University of Economics

Odessa, 2019

The final work consists of 3 sections.

The work is considered:

1. Theoretical foundations of email marketing in the market of marketing communications.
2. Characteristics and analysis of the email marketing of Antoshka in the market of marketing communications.
3. Ways of Improving Email Marketing of Antoshka Enterprise

**Keywords:** marketing communications, email-marketing, Antoshka company, efficiency.