

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

Кафедра маркетингу

Допущено до захисту
Завідувачка кафедри
д.е.н., проф. І.Л. Литовченко

(підпис)

“___” травня 2020 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 075 Маркетинг
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою Маркетинг
(назва освітньої програми)

на тему: **«Особливості PR діяльності в Інтернеті компанії «Репутації»»**

Виконавець:

студент 4зф 3 групи
ЦЗВФН
Дзюбак А.Р.

/підпис/

Науковий керівник:

(науковий ступінь, вчене звання)

/підпис/

ОДЕСА – 2020

АНОТАЦІЯ

Дзюбак А.Р. «Особливості PR діяльності в інтернеті компанії «Репутації»»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності «075 Маркетинг» за освітньою програмою «Маркетинг»,
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2020 рік

Кваліфікаційна робота складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – компанія ТОВ «Репутації».

У роботі розглядаються теоретичні основи PR діяльності компаній, розглянуто сутність і роль піару в мережі, основні інструменти піар діяльності в інтернеті, досліджено особливості маркетингової діяльності компаній різного типу в мережі.

Проаналізовано маркетингову діяльність компанії ТОВ «Репутації», надано техніко-економічну характеристику діяльності ТОВ «Репутації»; проаналізовано маркетингове середовище ТОВ «Репутації» та конкурентне середовище компанії; проаналізовані інструменти роботи компанії у сфері удосконалення піару в мережі.

Запропоновано шляхи удосконалення маркетингової діяльності ТОВ «Репутації» для подолання збитків у кризовому положенні; розроблено заходи з удосконалення управління цінової та комунікативної політики ТОВ «Репутації» на ринку послуг та надано рекомендації з удосконалення організації маркетингу в мережі ТОВ «Репутації».

Ключові слова: маркетинг, PR, піар в мережі, ринок послуг, піар діяльність в інтернеті.

ANNOTATION

Dziubak AR «Features of PR activities on the Internet of the company «ReputaZZi»»
Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty 075 «Marketing» for the educational program «Marketing».– Odessa National Economics University. – Odessa, 2020.

Qualification work consists of three sections. The object of research is LLC «ReputaZZi».

The theoretical bases of PR activity of companies are considered in the work, the essence and role of PR in a network, the basic tools of PR activity in the Internet are considered, features of marketing activity of the companies of various type in a network are investigated.

The marketing activity of LLC «ReputaZZi» is analyzed, the technical and economic characteristics of LLC «ReputaZZi» activity are given; the marketing environment of LLC «ReputaZZi» and the company's competitive environment were analyzed; analyzed the tools of the company in the field of improving public relations in the network.

Ways to improve the marketing activities of LLC «ReputaZZi» to overcome losses in a crisis situation are proposed; measures were developed to improve the management of pricing and communication policy of LLC «ReputaZZi» in the market of services and recommendations were given to improve the organization of marketing in the network of LLC «ReputaZZi».

Keywords: marketing, PR, online PR, services market, PR activities on the Internet.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 ОСОБЛИВОСТІ PR ДІЯЛЬНОСТІ В ІНТЕРНЕТ ПРОСТОРІ.....	6
1.1.Особливості PR діяльності в інтернеті	6
1.2.Відгуки, як основа репутації компанії	16
1.3.Фактори, які впливають на рейтинг та репутацію компанії.....	25
ВИСНОВОК.....	31
РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ PR ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ ТОВ «РЕПУТАЦІЇ».....	33
2.1.Характеристика компанії «Репутації».....	33
2.2. Товарна політика компанії в інтернеті та її специфіка.....	38
2.3. Аналіз маркетингового середовища компанії "Репутації"	47
ВИСНОВОК.....	58
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ РОЗВИТКУ І ОПТИМІЗАЦІЇ РОБОТИ КОМПАНІЇ «РЕПУТАЦІЇ»	60
3.1. Компанія «Репутації» в умовах карантину та її маркетингова діяльність	60
3.2 Комплекс заходів для підтримання прибутковості агентства «Репутації» в умовах кризи	
Ошибка! Закладка не определена.	
3.3.Оптимізація роботи компанії «Репутації» та методи просування бренду	71
ВИСНОВОК.....	77
ВИСНОВКИ.....	79
Список використаних джерел	83
ДОДАТКИ.....	86

ВСТУП

Актуальність дослідження. В наш час інтернет є не лише розважальною системою, а й основною сферою розповсюдження інформації та рекламної діяльності для багатьох компаній. В цей перелік також можна додати й ведення бізнесу лише в інтернеті. Все це обумовлено швидким розвитком видів концепцій та способів просування, що значно полегшує ведення різних видів діяльності компанії. І не дивлячись на темпи розвитку інформаційних технологій, незмінним залишається орієнтація на споживача и задоволення потреб клієнтів. Все більше компаній включає в перелік маркетингових інструментів саме інтернет мережу, в якості додаткового каналу просування и додаткової можливості взаємодії зі споживачем.

В даний час, перед компаніями постає питання про свій імідж в Інтернеті і вже сьогодні стає очевидним, що однієї появи в Інтернеті вже не досить. З кожним днем з'являється все нові і нові сайти і простому користувачеві все важче орієнтуватися. З'являється конкуренція між сайтами і боротьба за відвідувачів, яка проявляється як в розробці більш нового і оригінального дизайну сайту, з більшою функціональністю і корисністю для користувача, в більш інтенсивних рекламних компаніях і т.д.

PR, в інтернет-просторі, має свою специфіку та позитивну результативність для компанії. Піар допомагає компанії створити сприятливий імідж в очах цільової аудиторії, підвищити свою впізнавальність і привернути увагу. Піар допомагає зміцненню репутації і транслює переваги і цінності компанії на велику кількість потенційних клієнтів. Сучасні інтернет технології дозволяють отримувати при дослідженні не тільки вторинну інформацію, яка збирається шляхом відвідування різних сайтів і надалі аналізується, а й первинну, за допомогою online і e-mail опитувань, анкет для відвідувачів, аналізу відвідуваності і поведінки користувачів на сайті та інше.

Метою роботи є дослідження теоретичних засад та практики

організації PR діяльностей інтернет-просторі.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

1. визначити поняття, види та переваги PR діяльності в інтернет-просторі;
2. розглянути відгуки, як основу репутації компанії в інтернеті та фактори які впливають на імідж компанії в цілому;
3. провести загальну характеристику діяльності компанії «Репутації»;
4. розглянути динаміку розвитку компанії та її маркетингове середовище;
5. розробити комплекс заходів та рекомендацій для компанії «Репутації» для оптимізації та покращення роботи.

Об'єктом дослідження є процес управління PR діяльністю в інтернет-просторі.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних положень організаційно-економічного характеру, спрямованих на оптимізацію PR діяльності компаній.

Методи дослідження. В процесі написання роботи були використані такі дослідницькі методи, як: метод ключових понять, системний аналіз, групування, порівняння; SWOT-аналіз, аналіз конкурентоспроможності компанії, графічний та табличний методи; наукова абстракція та узагальнення.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, які об'єднують дев'ять підрозділів, висновків, списку використаних джерел.

ВИСНОВОК

В теперішніх умовах, не дивлячись на те, що компанія веде свою діяльність в інтернеті, також були значні втрати, як економічні так і технічно-внутрішні.

А саме:

- Втрата значної кількості клієнтів різних регіонів, що створило великий об'єм роботи при відновленні роботи над цими проектами;
- Змінення умов роботи з партнерами
- Збільшення вартості деяких типів робіт
- Втрата виконавців з інших регіонів

Компанія «Репутації» повністю пристосована до роботи у інтернет просторі, але в умовах економічного спаду необхідно розглянути компенсацію втрат за допомогою нововведень.

Для відновлення процесу роботи над проектами постійних клієнтів та отримання мінімального прибутку компанія може запропонувати декілька варіантів пакетів послуг для підтримки позитивної репутації компанії. Приблизний період реабілітації чотири місяці, після чого клієнти зможуть повернутися до звичного режиму роботи над проектами. З наведених розрахунків, завдяки додатковому пакету послуг ми збільшимо дохід компанії на 109 250 грн в порівнянні з ситуацією, яка очікується при стандартній діяльності.

Розглянуті не лише методи економічної підтримки, але й варіанти стимулювання продажу послуг та реклами. До необхідних рекламних заходів віднесемо:

Наразі головним заданням компанії, щодо реклами є активізація всіх видів рекламного просування компанії, на момент «виведення бізнесу з кризи», саме тому необхідно виконати декілька рекомендацій, а саме:

1. Зайнятися соціальними мережами.
2. Зайнятися контекстною рекламою

3. Робота з директ-маркетингом.
4. Банерна реклама на сайтах партнерів.
5. SEO-просування
6. Просування додатку «PRAmbassador».

Виконуючи усі рекомендації, компанія «Репутації» зможе підтримати динаміку свого прибутку, змінити поточну кількість проектів, та привернути увагу нових потенційних клієнтів.

ВИСНОВКИ

В процесі роботи над дипломом, ми розкрили таке поняття як «Паблік Рілейшнз» і його ведення в мережі Інтернет. Як вже було зазначено, це створення взаємозв'язку між компанією / брендом і громадськістю, в даному випадку усіма типами клієнтів і просто читачами, які цікавляться інформацією про компанії. Так само це створення позитивного іміджу компанії або продукту, який він просуває і поширення достовірної інформації про нього, отримання зворотного зв'язку і підтримання іміджу в очах читачів.

Постає питання «Наскільки вигідно займися пиаром в мережі, ніж в «класичних умовах» розповсюдження інформації? З розглянутих пунктів, ми можемо зробити висновок, що пиар в мережі має більш вигідні умови ніж піар розповсюдження друку, пиар на телебаченні та інше. В першу чергу, це самий стійкий факт того, що більшість компаній веде свою діяльність саме в інтернеті, тобто прості засоби піару, в такій сфері, вже не актуальні. Сюди ж можна віднести те, що читачи звертаються за необхідною інформацією саме в пошукові системи. Наступним, не менш валивим, фактором є актуальність інструментів піару в мережі, адже розвиток інформаційного середовища в інтернет-просторі є постійним.

Важливим фактором у створенні потрібного компанії інформаційного потоку є не лише просування, а й сам контент. Контент, в свою чергу, ми можемо описати, як інформацію чи досвід, направлений на аудиторію, яку автор складає самостійно чи робить рерайт з дотриманням чинного законодавства авторського права.

До інструментів створення іміджу компанії ми також можемо віднести й відгуки. Якщо розглядати відгук не лише як згадування про компанію в мережі, але й як відображення роботи компанії, це дуже важливий інструмент. На даний момент можливість залишати відгуки є не тільки на офіційних сайтах а й і на багатьох майданчиках-отзовиках, які відображають рейтинги компаній і спеціально створені для клієнтів і співробітників. Також

зараз присутня можливість залишати відгуки в соціальних мережах та на будь-яких майданчиках де є будь-яка інформація про компанію або бренд. Негативні і позитивні відгуки дуже сильно впливають на репутацію компанії, а також на її роботу так як це безпосередньо пов'язано з внутрішніми і зовнішніми проблемами роботи з клієнтами. Як вже зазначалося вище, компанія повинна приділяти увагу на обробку думки клієнтів для поліпшення своєї роботи та повного задоволення потреб клієнтів. Рейтинги, в першу чергу, відіграють роль відображення спільної думки в мережі про компанію.

Саме робота з відгуками допомагає підвищити рейтинг і показати, що компанія піклується про своїх клієнтів і враховує їх думку.

Агентство «Репутації» надає професійні послуги в області формування репутації в Інтернет більше 7 років. «Репутації» - вузькоспеціалізоване репутаційне агентство, яке працює виключно в сегменті управління репутацією в пошукових системах. «Репутації» пропонує своїм клієнтам широкий вибір послуг, в залежності від створеної репутації в мережі компанії-клієнта. Технічна база «Репутації», дозволяє оперативно працювати на проектах. Робота на результат ведеться за допомогою багатьох інструментів PR в мережі та інструментів реклами. Мета агентства «Репутації» відносно створення переліку послуг, запровадити серед клієнтів не лише позитивний імідж їх бренду, але ж привернути увагу до внутрішніх та зовнішніх проблем компаній для їх усунення.

Проаналізувавши маркетингове середовище компанії «Репутації», ми бачимо, що є значні позитивні сторони та недоліки. SWOT-аналіз показав, що компанія добре тримається на ринку послуг України та Росії, але поки не готова до розширення на інші країни. Технічно це можливо, так як послуги повністю пов'язані з просуванням в мережі, але є достатня кількість ризиків, до яких компанія не готова. Це такі нюанси як:

- специфіка іноземних сайтів (мовний бар'єр);
- відсутність бази партнерів в інших країнах.

- немає можливості перевірити сумлінність клієнта, як в відношенні співробітників, так і по відношенню до клієнтів.
- вплив економічних і політичних чинників на результат роботи і задоволення клієнта.

Позитивними сторонами роботи компанії, звичайно, є вже напрацьована база контрагентів і партнерів, добре вивчений протокол можливих кризових ситуацій на ринку і продумані дії щодо задоволення клієнта навіть при важких економічних обставинах.

З аналізу конкурентоспроможності агентства, ми можемо зробити висновок, що необхідно зробити акцент на розрекламованість послуг, адже навіть в зараз в Україні даний вид послуг менш популярний ніж в інших країнах, а так як компанія повністю ознайоmlена зі специфікою роботи вітчизняних сайтів та має всі ресурси для виконання роботи, необхідно привернути увагу вітчизняних потенційних клієнтів. Сюди ж віднесемо пункт зі стимулюванням збуту. Необхідна підтримка клієнтів під час економічного спаду та акційні пропозиції, які зацікавлять потенційних клієнтів.

Аналіз сайту, та його місця у пошукових системах показав, що необхідні додаткові заходи просування в Яндекс системі. Слід зазначити чітку структуру наданої інформації на всіх ресурсах, рубрики і підрубрики знаходяться в логічного взаємозв'язку, що не перевантажують сайт і зручні для простого користувача.

В теперішніх умовах, не дивлячись на те, що компанія веде свою діяльність в інтернеті, також були значні втрати, як економічні так і технічно-внутрішні.

Компанія «Репутації» повністю пристосована до роботи у інтернет-просторі, але в умовах економічного спаду необхідно розглянути компенсацію втрат за допомогою нововведень.

Для відновлення процесу роботи над проектами постійних клієнтів та отримання мінімального прибутку компанія може запропонувати декілька

варіантів пакетів послуг для підтримки позитивної репутації компанії. Приблизний період реабілітації чотири місяці, після чого клієнти зможуть повернутися до звичного режиму роботи над проектами. З наведених розрахунків, завдяки додатковому пакету послуг ми збільшимо дохід компанії на 109 250 грн в порівнянні з ситуацією, яка очікується при стандартній діяльності.

Розглянуті не лише методи економічної підтримки, але й варіанти стимулювання продажу послуг та реклами. До необхідних рекламних заходів віднесемо:

Наразі головним заданням компанії, щодо реклами є активізація всіх видів рекламного просування компанії, на момент «виведення бізнесу з кризи», саме тому необхідно виконати декілька рекомендацій, а саме:

7. Зайнятися соціальними мережами.
8. Зайнятися контекстною рекламою
9. Робота з директ-маркетингом.
10. Банерна реклама на сайтах партнерів.
11. SEO-просування
12. Просування додатку «PRAmbassador».

Виконуючи усі рекомендації, компанія «Репутації» зможе підтримати динаміку свого прибутку, змінити поточну кількість проектів, та привернути увагу нових потенційних клієнтів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Романовський О. Г. Основи публічності [Текст]: навч. посібник. / Романовський О. Г., Серета Н. В., Воробйова Е. В. - К.: НТУ «ХП», 2015.-3с.-УДК 659.441.3;
2. Мойсеев В. А. Паблік [Текст]: навч. посібник. /КиУВ «Академвидав», 2007.-16 с.- ISBN 978-966-8226-44-1;
3. Інтернет як середовище і інструмент реалізації Паблік Рілейшнз [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.cfin.ru/press/marketing/2001-5/05.shtml>;
4. Тарасов О. В. Рекламні кампанії в Інтернеті як невід’ємна частина сучасного бізнесу / О. В. Тарасов, М. А. Бакіров // Системи обробки інформації. - 2011. - Вип. 7.;
5. 50. Тюріков А. Г. Інтернет-реклама: Навчальний посібник / А. Г. Тюріков, Д. Є. Шляпін. - М.: Дашков і К°, 2008;
6. Каплунов Д.В. Контент, маркетинг та рок-н-рол [Текст]: К-«Манн, Иванов и Фербер», 2017.-19 с.-ISBN 978-5-00100-991-7;
7. SEM: що це таке, різниця між SEM, SEO, SMO [Електронний ресурс] . - Режим доступу: <https://lanet.click/ru/sem-riznytsia-mizh-sem-seo-smo/> - стаття ;
8. Чим відрізняється SEO (пошукова оптимізація) від SEM (пошукове просування) [Електронний ресурс] . - Режим доступу: <https://luxsite.ua/ua/seo-vs-sem-raznica/> - стаття;
9. Медичний центр клініка «Оберіг» [Електронний ресурс] . - Режим доступу: <https://oberig.ua/feedbacks/> - офіційний сайт, з прикладами відгуків;
10. Клініка «Isida» [Електронний ресурс] . - Режим доступу: <https://toneto.net/catalog/roddoma/klinika-Isida> - сайт з прикладами відгуків від клієнтів;

- 11.Клініка «Isida» [Електронний ресурс] . - Режим доступу:
<https://toneto.net/catalog/roddoma/klinika-Isida#p3> - сайт з прикладами відгуків від клієнтів;
- 12.Компанія «Бодо» [Електронний ресурс] . - Режим доступу:
<https://otrude.net/employers/6773> - сайт з прикладами відгуків від клієнтів;
- 13.Салон краси «Саванна»[Електронний ресурс]. - Режим доступу:
<https://savanna.in.ua/vidguky/> - офіційний сайт, з прикладами відгуків;
- 14.Салон краси [Електронний ресурс]. - Режим доступу:
<https://20.ua/lviv/sport-krasa/saloni-krasi-spa/dias--salon-krasoty.html> - довідник, з прикладами відгуків;
15. Компанія «Репутаці» [Електронний ресурс]. - Режим доступу:
<https://reputazzi.com/> - офіційний сайт компанії «Репутаці»;
- 16.On-news [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://on-news.net/> - офіційний сайт компанії-конкурента;
- 17.Delete-Video.pro[Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://delete-video.pro/>- офіційний сайт компанії-конкурента;
- 18.Deadline [Електронний ресурс]. - Режим доступу:
<https://www.deadline.com.ua/>- офіційний сайт компанії-конкурента;
19. Компанія «Репутаці» [Електронний ресурс]. - Режим доступу:
<https://vk.com/reputazzi> - соціальна мережа компанії «Репутаці»;
20. Компанія «Репутаці» [Електронний ресурс]. - Режим доступу:
<https://www.youtube.com/user/reputazzi>- соціальна мережа компанії «Репутаці»;
21. Компанія «Репутаці»[Електронний ресурс]. - Режим доступу:
<https://www.facebook.com/Reputazzi/>- соціальна мережа компанії «Репутаці»;
- 22.PR Ambassador підкаже, як правильно монетизувати свою особистість і вплив на соціум[Електронний ресурс]. - Режим доступу:
https://ktonanovenkogo.ru/zarabotok_na_saite/pr-ambassador-podskazhet-

- [kak-pravilno-monetizirovat-svoyu-lichnost-i-vliyanie-na-socium.html](https://www.instagram.com/pr.ambassador/) - стаття про новий додаток «PR Ambassador»;
23. PRAmbassador [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.instagram.com/pr.ambassador/> - соціальна мережа додатку «PRAmbassador»;
24. Репутація в інтернеті: як ми врятували одну компанію від чорного піару», джерело за посиланням [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://websarafan.ru/2015/12/22/negativ-v-internete-cto-trafik-menedzheru-horoshho-to-piarshhiku-seryoznoj-kompanii-smert/> - стаття про компанію «Репутації»;
25. 5 міфів про боротьбу з негативом в інтернеті [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://mediabitch.ru/5-mifov-negative/> - стаття про компанію «Репутації»;
26. Як відновити в мережі добре ім'я: алгоритм з 6 кроків на реальному кейсі [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://spark.ru/startup/reputazzi/blog/12813/kak-vosstanovit-v-seti-dobroe-imya-algorit-m-iz-6-shagov-na-realnom-keise> - стаття про компанію «Репутації»;
27. Самий базовий алгоритм: як закрити завдання «присутності в інтернеті», якщо сіли робити свій бізнес [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://devaka.ru/pr/reputazzi> - стаття про компанію «Репутації».
28. Огляд банківського сектору, травень 2020 року [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/oglyad-bankivskogo-sektoru-traven-2020> - дані НБУ.