

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

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 075 Маркетинг
за освітньою програмою
Маркетинг та міжнародна логістика

на тему: «Маркетингова діяльність інтернет-магазину танцювального одягу «BVRLY heels» »

Виконавець:

студентка ФМЕ

Буну Катерина Миколаївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

_____ /підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Жарська Ірина Олександрівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

_____ /підпис/

Одеса 2024

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми:

В умовах стрімкого розвитку електронної комерції та загострення конкуренції на ринку танцювальних товарів, ефективний маркетинг стає критичним фактором успіху інтернет-магазинів. Специфіка ринку танцювальних товарів створює додаткові виклики для маркетингової діяльності гравців цього сегменту.

Мета роботи:

Розробка рекомендацій щодо удосконалення маркетингової діяльності інтернет-магазину «BVRLY heels» на основі аналізу його товарної, цінової та збутової політики, а також комунікаційних практик в офлайн- та онлайн-середовищі.

Завдання дослідження:

1. Провести аналіз товарного асортименту та цінової політики «BVRLY heels».
2. Дослідити особливості збутової політики інтернет-магазину.
3. Проаналізувати комунікаційні практики «BVRLY heels» в основних онлайн-каналах.
4. Оцінити ефективність маркетингової діяльності інтернет-магазину.
5. Розробити рекомендації щодо оптимізації товарного асортименту, цінової та збутової політики і комунікацій.

Методи дослідження:

Використано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів маркетингових досліджень: аналіз вторинної інформації, контент-аналіз

сайту та сторінок у соцмережах, аналіз маркетингових метрик, експертний аудит юзабіліті сайту та бізнес-процесів.

Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність інтернет-магазину танцювальних товарів «BVRLY heels».

Предметом дослідження є товарна, цінова, збутова політика та комунікаційні практики інтернет-магазину «BVRLY heels» в онлайн-середовищі.

Інформаційною базою дослідження є:

1. Первинні дані:

- Власні маркетингові дослідження, проведені в рамках роботи.
- Результати опитувань клієнтів інтернет-магазину «BVRLY heels».
- Експертні інтерв'ю з фахівцями у сфері маркетингу та електронної комерції.

2. Вторинні дані:

- Статистичні дані про розвиток ринку танцювального одягу.
- Аналітичні звіти та дослідження ринку електронної комерції.
- Публікації в наукових журналах та спеціалізованих виданнях з маркетингу.
- Внутрішня документація інтернет-магазину «BVRLY heels» (фінансові звіти, маркетингові плани, аналітичні звіти тощо).
- Дані веб-аналітики сайту інтернет-магазину (Google Analytics, та інші).
- Інформація з офіційних веб-сайтів конкурентів.

- Контент аналіз соціальних мереж та відгуків клієнтів про інтернет-магазин «BVRLY heels».

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає в можливості їх використання для вдосконалення маркетингової діяльності інтернет-магазину «BVRLY heels». Основні аспекти практичного значення включають:

1. **Оптимізація товарного асортименту:**
2. **Покращення цінової політики:**
3. **Ефективніша збутова політика:**
4. **Удосконалення комунікаційних практик:**
5. **Зростання конкурентоспроможності:**

Застосування отриманих результатів дозволить інтернет-магазину «BVRLY heels» ефективніше управляти маркетинговою діяльністю, збільшити прибутковість та покращити взаємовідносини з клієнтами.

Основні результати дослідження:

1. **Аналіз товарного асортименту та цінової політики:** Виявлено сильні та слабкі сторони товарного асортименту та цінової стратегії інтернет-магазину «BVRLY heels».
2. **Дослідження збутової політики:** Оцінено функціонал сайту, опції доставки, офлайн-присутність та інші аспекти збутової політики.
3. **Комунікаційні практики:** Проаналізовано основні комунікаційні канали та ефективність маркетингових комунікацій.
4. **Оцінка ефективності маркетингової діяльності:** Проведено аналіз за ключовими метриками (трафік, конверсія, середній чек, утримання клієнтів тощо).

5. **Рекомендації:** Розроблено комплекс рекомендацій щодо оптимізації товарного асортименту, цінової та збутової політики і комунікацій для підвищення маркетингової ефективності.

Обсяг роботи:

Дипломна робота складається з 88 сторінок основного тексту, включає 17 таблиць, 6 рисунків, 2 додатки, список використаних джерел з 44 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі : **«Теоретичні основи маркетингової діяльності інтернет-магазинів»** визначили поняття і сутність маркетингової діяльності.

Це означає що:

- Дали визначення маркетингової діяльності та її ключові елементи.
- Розписали основні концепції та підходи до маркетингу в умовах сучасної економіки.
- Особливості маркетингу в інтернет-магазинах.
- Специфіку маркетингових стратегій для інтернет-магазинів.
- Визначили відмінності між традиційним маркетингом і інтернет-маркетингом, а також інструменти та канали інтернет-маркетингу.
- Зробили огляд сучасних тенденцій і стратегій у маркетинговій діяльності інтернет-магазинів.

В другому розділі : **Аналіз маркетингової діяльності інтернет-магазину «BVRLY heels»**

Дали загальну характеристику інтернет-магазину «BVRLY heels»-це:

- Історія створення і розвитку магазину.

- Основні характеристики асортименту товарів.
- Організаційна структура та бізнес-модель інтернет-магазину.

Провели аналіз товарної політики.

Розглянули цінову політику.

Провели аналіз збутової політики, що включає в себе огляд каналів збуту, які використовує інтернет-магазин; оцінку логістичних процесів та системи доставки товарів; вивчення рівня клієнтського сервісу та його ефективності.

Провели аналіз використання онлайн-каналів (веб-сайт, соціальні мережі, email-маркетинг). Оцінили ефективність рекламних кампаній та взаємодії з аудиторією. Зробили аналіз контент-маркетингу і його впливу на залучення клієнтів.

В третьому розділі : **Розробка рекомендацій щодо вдосконалення маркетингової діяльності інтернет-магазину «BVRLY heels».**

Ввели пропозиції щодо оптимізації товарного асортименту. Рекомендації щодо розширення або скорочення асортименту на основі аналізу попиту і конкурентного середовища. Вдосконалення позиціонування товарів для підвищення їх привабливості.

Також, рекомендації з удосконалення цінової політики, що включають в себе : впровадження гнучких стратегій ціноутворення; розробку ефективних програм лояльності та систем знижок. Пропозиції щодо покращення збутової політики та клієнтського сервісу, тим самим оптимізація каналів збуту та процесів логістики. Впровадження сучасних технологій для підвищення рівня клієнтського сервісу.

Ввели рекомендації з удосконалення комунікаційних практик-це і розробка з впровадженням ефективних стратегій цифрового маркетингу, і оцінка з покращенням ефективності рекламних кампаній і взаємодії з аудиторією.

Висновки: Проведене дослідження маркетингової діяльності інтернет-магазину танцювального одягу «BVRLY heels» дозволило досягти поставленої мети та виконати всі завдання роботи.

На основі отриманих результатів можна зробити такі висновки:

Аналіз теоретичних основ маркетингової діяльності інтернет-магазинів показав, що ефективний маркетинг є критичним для успішного функціонування інтернет-магазинів, особливо в умовах високої конкуренції. Сучасні тенденції включають персоналізацію пропозицій, використання багатоканального маркетингу та впровадження нових технологій.

Оцінка маркетингової діяльності інтернет-магазину «BVRLY heels» виявила сильні та слабкі сторони його товарної, цінової, збутової політики та комунікаційних практик. Сильними сторонами є широкий асортимент товарів та активне використання соціальних мереж для просування продукції. Слабкими сторонами виявилися недостатня гнучкість цінової політики та обмеженість каналів збуту.

Аналіз товарного асортименту показав, що асортимент продукції «BVRLY heels» задовольняє потреби різних сегментів ринку, але потребує оптимізації та розширення в деяких категоріях для підвищення конкурентоспроможності.

Дослідження цінової політики виявило необхідність впровадження гнучких стратегій ціноутворення, що враховують сезонність, купівельну спроможність клієнтів та активність конкурентів. Рекомендовано розробити ефективні програми лояльності та системи знижок для стимулювання повторних покупок.

Оцінка збутової політики показала, що інтернет-магазин має добре організовану систему доставки, але потребує вдосконалення логістичних

процесів для підвищення швидкості та надійності доставки. Важливо також розширити канали збуту для досягнення більшої аудиторії.

Аналіз комунікаційних практик виявив, що «BVRLY heels» активно використовує соціальні мережі та онлайн-рекламу, але потребує вдосконалення контент-маркетингу та SEO для підвищення видимості у пошукових системах.

Розроблені рекомендації щодо вдосконалення маркетингової діяльності інтернет-магазину «BVRLY heels» включають оптимізацію товарного асортименту, впровадження гнучких стратегій ціноутворення, покращення збутової політики та вдосконалення комунікаційних практик. Запропоновані заходи спрямовані на підвищення ефективності маркетингової діяльності та конкурентоспроможності інтернет-магазину.