СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc138054783)

[1 Теоретические аспекты разработки стратегии продвижения на рынке В2В 5](#_Toc138054784)

[1.1 Специфика рынка B2B 5](#_Toc138054785)

[1.2 Этапы разработки и виды интернет-продвижения на рынке В2В 12](#_Toc138054786)

[1.3 Инструменты интернет-продвижения на рынке B2B и оценка их эффективности 28](#_Toc138054787)

[2 Анализ маркетинговой ситуации компании ООО «Лэ И» 35](#_Toc138054788)

[2.1 Характеристика деятельности компании ООО «Лэ И» 35](#_Toc138054789)

[2.2 Анализ конкурентной среды компании ООО «Лэ И» 42](#_Toc138054790)

[2.3 Исследование существующей программы продвижения предприятия 52](#_Toc138054791)

[3 Разработка практических рекомендаций по интернет-продвижению компании ООО «Лэ И» 62](#_Toc138054792)

[3.1 Рекомендации по интернет-продвижению компании ООО «Лэ И» 62](#_Toc138054793)

[3.2. Оценка эффективности предложенных мероприятий 74](#_Toc138054794)

[Заключение 77](#_Toc138054795)

[Список использованных источников 79](#_Toc138054796)

[Приложение 84](#_Toc138054797)

Введение

В настоящее время продвижение товаров играет важную роль в экономике и является основным регулятором рыночной системы, поэтому актуальность исследования заключается в создании эффективного маркетингового комплекса. Это сложная задача, которая требует четкой и слаженной работы квалифицированных специалистов в области торговли и маркетинга. Рынок товаров для детей постоянно меняется и развивается, что приводит к возникновению ряда проблем в этой сфере:

1) Необходимо уделить большее внимание запросам потребителей на целевом рынке, учитывая динамичность рынка. Особенно важно представлять потребительские свойства товаров и их ценность для потребителя, используя оптимальную ценовую стратегию;

2) Высокая конкуренция на рынке товаров для детей требует от производителей создания собственной торговой марки для участия в конкурентной борьбе;

3) Специалистам по интегрированным коммуникациям необходимо использовать более оригинальные и эффективные методы продвижения товаров для детей, включая различные каналы продвижения, а не только стандартные, такие как наружная реклама или реклама в СМИ.

Объектом исследования является интернет-продвижение товаров на рынке В2В

Предметом исследования является программа интернет-продвижения на рынке В2В ООО «Лэ И».

Цель исследования – разработать программу интернет-продвижения товаров на рынке В2В магазина «Toysmy» организации ООО «Лэ И».

Достижение поставленной цели работы предполагает решение ряда задач:

– Изучить теоретические аспекты разработки стратегии продвижения на рынке В2В;

– Проанализировать маркетинговую ситуацию компании ООО «Лэ И»;

– Разработать практические рекомендации по интернет-продвижению;

– Оценить эффективности программы интернет-продвижения.

Методы, примененные в данном исследовании:

- Общенаучные методы – анализ, сравнение;

- Эмпирические методы – наблюдение, сбор данных, опрос;

- Количественные методы – статистические, экономико-математические.

Данная работа заключается в разработке практических рекомендаций интернет-продвижения на рынке для компании ООО «Лэ И». В рамках выпускной квалификационной работы был составлен план реализации рекомендуемых мероприятий и определен бюджет на их проведение. Практическую ценность представляет возможность внедрения разработанных рекомендаций в маркетинговую деятельность ООО «Лэ И», что позволит компании повысить свою конкурентоспособность и прибыльность на рынке.

Структура работы. Выпускная квалификационная работа состоит из оглавления, введения, трёх глав, заключения, библиографического списка из 34 наименований. Во введении определяется актуальность, объект, предмет, цели и задачи исследования. В первой главе данного исследования рассматриваются ключевые аспекты, необходимые для разработки эффективной стратегии продвижения компании на рынке B2B. Во второй главе представлена общая характеристика выбранной компании ООО «Лэ И», проведен анализ особенностей её торговой марки, а также оценена внутренняя и внешняя среда компании. Третья глава посвящена разработке и реализации программы интернет-продвижения, где представлены её основные этапы. В заключении даны выводы по проделанной работе, подведены итоги и предложены пути дальнейшего развития компании.