Коммуникативная политика в бизнесе

Выполнил:

Комплекс маркетинга



Коммуникативная политика

■ программа действий предприятия, направленная на планирование и осуществление его взаимодействия со всеми субъектами внутренней и внешней среды на основе обоснованной стратегии управления комплексом коммуникационных технологий, обеспечивающих стабильное и эффективное формирование спроса и продвижения продукции с целью удовлетворения потребностей покупателей и получения прибыли



Коммуникационные технологии

Совокупность различных видов деятельности по доведению информации до потенциальных потребителей

Для информирования, убеждения или напоминания о своих товарах, услугах, образах, идеях, общественной деятельности

С целью стимулировать у потребителей желание сделать первую покупку и совершать последующие

Могут быть объединены в единую программу

Представлено большое разнообразие технологий

Решают широкий спектр задач бизнеса

Основные виды коммуникационных технологий

Реклама	
PR	
Стимулирование сбыта	
Прямой маркетинг	
Личные продажи	
Интернет-маркетинг	

Функции коммуникационных технологий в бизнесе

Информационная

• Информирование потребителей о наличии товара или услуги

Сбытовая

• Формирование и повышение спроса на товары и услуги

Дифференциации

• Отстройка от конкурентов, подчеркивание конкурентных преимуществ

Функции коммуникационных технологий в бизнесе

Ценностная

• Донесение информации о ценности продукции и о том какие потребности она удовлетворяет

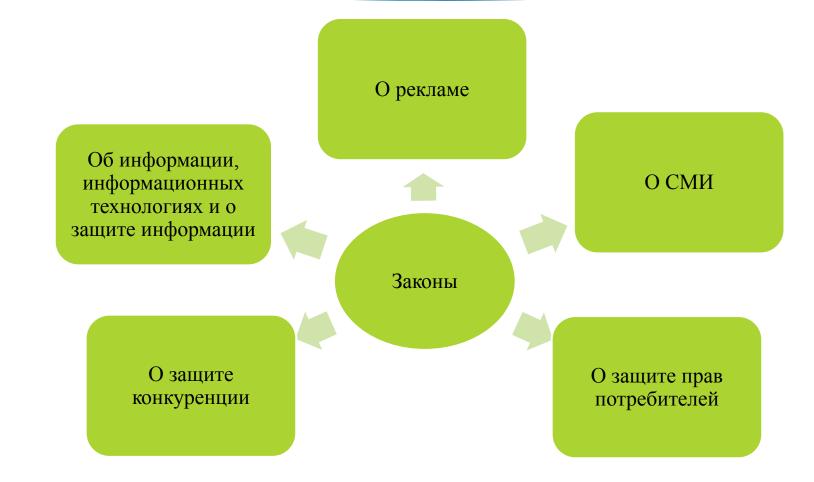
Приверженности

• Формирование лояльности к компании и ее продукции

Имиджевая

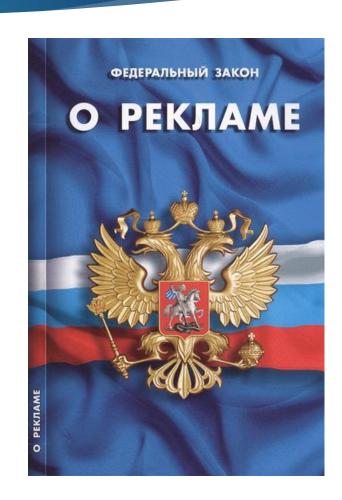
• Создание и управление имиджем и репутацией компании

Законодательное регулирование коммуникативной политики



Закон «О рекламе» в коммуникативной политике

- Устанавливает основные требования к коммуникационным технологиям
- Определяет недобросовестные и недостоверные способы и формы распространения коммуникаций
- Определяет требования к определенным видам коммуникаций
- Определяет особые требования к коммуникациям отдельных видов товаров и услуг
- Устанавливает типы товаров и услуг, запрещенных к продвижению



Закон «О СМИ» в коммуникативной политике

- Определяет какие каналы коммуникаций относятся к категории СМИ
- Устанавливает требования к размещению коммуникационных сообщений в СМИ
- Накладывает ограничения на распространение отдельных типов коммуникаций и сообщений в СМИ



Закон «О защите прав потребителей» в коммуникативной политике

- Определяет основные права потребителей
- Устанавливает право потребителя на достоверную информацию об изготовителе и продавце
- Устанавливает право потребителя на достоверную информацию о товарах и услугах
- Устанавливает ответственность за ненадлежащую информацию о товарах и услугах



Закон «О защите конкуренции» в коммуникативной политике

- Устанавливает запрет на недобросовестную конкуренцию путем дискредитации, путем введения в заблуждение и путем некорректного сравнения
- Устанавливает запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с использованием результатов интеллектуальной деятельности, с созданием смешения, с незаконным получением, использованием, разглашением информации, составляющей коммерческую или иную охраняемую законом тайну



Закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» в коммуникативной политике

- Определяет основные требования к распространению или предоставлению информации
- Устанавливает порядок ограничения доступа к информации, распространяемой с нарушением авторских и (или) смежных прав, с нарушением закона
- Регулирует использование информационнотелекоммуникационных сетей при распространении информации



Спасибо за внимание