

Использование последних свидетельствует о повышении степени информатизации организации.

Оценку управляющих информационных систем предлагается осуществлять на основе охвата следующих подсистем и выполнения соответствующих им функций: информационная подсистема маркетинга, подсистема управления услугой перевозки (в том числе с выполнением функции логистики), финансовая и учетная подсистема, кадровая подсистема, подсистема формирования управленческой отчетности.

Преимущество систем поддержки принятия решений состоит в том, что они предназначены для поддержки многокритериальных решений в сложной информационной среде, решают задачи оптимизации и упорядочения решений по предпочтительности. «При этом под многокритериальностью понимается тот факт, что результаты принимаемых решений оцениваются не по одному, а по совокупности многих показателей (критериев) рассматриваемых одновременно» [2, с. 99].

Таким образом, сбалансированная система показателей описывает запланированные результаты во взаимосвязи с целью организации и соответствующими ей задачами. Включение показателей оценки информатизации в сбалансированную систему показателей обеспечит адаптированную к современным условиям оценку состояния стратегического управления в организациях транспорта Республики Беларусь.

### **Литература**

1. Каплан, Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Р. Каплан, Д. Нортон ; пер. с англ. – 2-е изд. – М. : Олимп-Бизнес, 2014. – 320 с.
2. Стародубцев, А. А. Система поддержки принятия решений / А. А. Стародубцев // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2016. – № 12. – Т. 2. – С. 99–101.

## **Лидогенерация в современном мире**

*Эльбуздукаев А. Р., студ. 1 к. БГУ,  
науч. рук. Хмурович Л. В., ст. преп.*

Рекламный рынок в настоящее время стремительно развивается. Совершенствуются и технологии, и способы распространения рекламы. Реклама вышла на новый уровень. Большая часть предпринимателей заинтересована в распространении своей продукции в интернете. И в этой связи важно отметить такой способ как лидогенерация.

Лидогенерация – это вид интернет-маркетинга, основанный на генерации (т.е. получении) лидов (т.е. контактов потенциальных клиентов) [1]. Она рассматривается как один из видов лид-менеджмента, суть которого заключается в выявлении лид-клиентов, которые проявляют заинтересованность в товаре. Потенциальные покупатели, лид-клиенты, осуществляют поиски необходимого им товара, не выходя из дома, а именно в интернете. Они кликаются на рекламу, обращают внимание на рассылки. Соответствующая маркетинговая тактика способствует превращению лид-клиентов в реальных покупателей, а в дальнейшем – в постоянных покупателей.

Лидогенерация имеет ряд преимуществ по сравнению с другими способами и средствами маркетинга. Во-первых, это стремительный запуск. То есть, получение заявок и звонков в отдел продаж в течение короткого временного промежутка. Во-вторых, рекламный бюджет используется весьма эффективно, так как, по сути, идет оплата за полноценные лиды. В-третьих, это быстрая результативность, так как обычно уже в первый месяц имеется статистика и все показатели для анализа и выводов, после чего можно продолжить увеличивать количество лидов.

Заметим, что бизнес ориентирован в большей степени на получение именно готовых лидов, с которыми можно работать. Стремительный рост интернет-экономики является важным сигналом для того, чтобы размещать контент, связанный с продукцией, именно в интернет-пространстве.

Среди наиболее эффективных методов для привлечения лидов в интернете можно выделить следующие:

1) Создание сайта-визитки, целью которого является информирование о товарах, услугах и их особенностях.

2) Присутствие в социальных сетях, что стремительно набирает обороты в настоящее время и особенно эффективно среди молодежи, а также является довольно простым в реализации: нужно создать группу в одной известной социальной сети, запустить рекламу и попросить клиентов оставлять отзыв о вас.

3) Email-маркетинг, чтобы привлечь клиента заголовком или интересной темой письма, то есть побудить к действию и зайти на сайт продавца. Важно учитывать, что эффективнее всего это работает, если клиент оставит свои данные на сайте.

4) Проведение вебинаров бесплатно или по очень низкой цене позволяет привлечь будущих клиентов и собрать базу лидов.

Основная цель лидогенерации заключается не столько в том, чтобы познакомить с продуктом, но и побудить клиента к действию. Здесь реклама работает через количественное воздействие: чем чаще ее показывают, тем

больше шансов, что клиент выберет именно этот товар. Кроме того, важную роль реклама играет и в психологическом восприятии покупателя, формируя его предпочтения и способствуя возникновению новых потребностей.

Руководитель бизнеса, заинтересованный в притоке клиентов, может сам пользоваться инструментами для привлечения лидов или обратиться к услугам хороших специалистов по лидогенерации. В результате будет получена база лидов, с которыми он будет работать. Важно, что использование лидогенерации увеличивает шансы появления потока клиентов в онлайн и офлайн режимах.

Таким образом, очевидно, что на сегодняшний день лидогенерация как маркетинговая тактика является эффективной не только для того, чтобы заявить о своей продукции или услугах, но и для формирования устойчивой клиентской базы. Лидогенерация представляет собой отличное решение для бизнесменов, поскольку построение базы потребителей с превращением их в дальнейшем в постоянных клиентов будет способствовать тому, что бизнес станет более перспективным и прибыльным. Сейчас важно расширить свой бизнес, переведя часть из офлайн режима в онлайн, так как уверенное онлайн-присутствие повышает и укрепляет позиции компании на всех сегментах рынка.

### **Литература**

1. Назипов, Р. С. Лидогенерация: клиентов много не бывает [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://maxima-library.org/knigi/genre/b/343233?format=read>. – Дата доступа: 11.04.2020.

## **Международно-правовой статус международного валютного фонда**

*Юодайтис Л. В., студ. III к. ГрГУ,  
науч. рук. Лаздин Ю. В., ст. преп.*

В системе международных экономических отношений немаловажную роль играют валютно-финансовые организации. Они создают условия для накопления и перераспределения международного валютного капитала, что позволяет использовать его целенаправленно и эффективно. Международный валютный фонд – наиболее влиятельная международная организация, регулирующая международную макроэкономику и осуществляющая наблюдение и контроль за соблюдением странами-членами своего Устава, который фиксирует основные структурные принципы мировой валютной системы.