

23,895. Если брать позицию выше, то во Франции 37,306, в Чехии 29,805, в Германии 44,053. Исходя из таких расчетов ВВП, можно прийти к выводу, что в экономике страны есть некоторые пробелы. Одним из них является то, что склонность к инвестированию в национальной экономике чрезмерно низка. Также в системе структурной модернизации экономического роста республики приоритетное значение приобретает совершенствование системы оплаты труда, поскольку самая важная задача, стоящая ныне перед страной — повышение качества жизни граждан.

У Беларуси имеется определенный потенциал для наращивания показателей ИЧР и перехода на уровень стран с очень высоким уровнем ИЧР. Для достижения этой задачи необходимы дальнейшие корректировки в системах здравоохранения, в частности, расширение спектра предоставляемых услуг путем привлечения частного сектора, а также повышение привлекательности данных секторов для работодателей и улучшения качества услуг посредством предоставления более высоких заработных плат. Эти и другие факторы, а также повышение ВВП будут основными стимулами в постепенном продвижении Беларуси к более высоким показателям ИЧР.

Магазин строительных материалов «АМИ ВЭЙ»: каналы продвижения

*Яцышин В. П., студ. II к. ГрГУ им. Я. Купалы,
науч. рук. ст. преп. Сивова Т. В.*

Компания «АМИ ВЭЙ» (<http://ami-way.by/>) была основана в 2013 г. в г. Гродно. Изначально располагалась в офисе площадью 10 м² и специализировалась на реализации исключительно кровельных материалов. Сегодня площадь магазина — 600 м², а ассортимент высококачественных строительных материалов насчитывает более 5 000 наименований. Компания реализует широкий спектр строительных материалов (кровля, двери, окна из ПВХ, заборы, ворота, материалы для облицовки фасада, плитка, крепеж и др.) от ведущих мировых («Техниколь», «Docker», «Gerard») и белорусских («Альгерстрим», «Рубелэко», «Согрей-М», «Юнистрейд») производителей.

Основными конкурентами «АМИ ВЭЙ» являются: ООО «Строительные Инвестиции» (комплексное снабжение строительными материалами объектов малоэтажного строительства; <https://viproof.by/>), группа компаний «Вира» (кровельные и фасадные материалы; <https://vira.by/>), компания «mHouse» (кровельные материалы, доборные элементы; <https://mhouse.by/>).

Конкурентными преимуществами «АМИ ВЭЙ» являются: 1) комплексное снабжение строительными материалами: от строительных смесей и

комплекующих до кровли; 2) постоянное расширение ассортимента; 3) выгодные цены и рассрочка платежа; 4) стабильность поставок; 5) гарантия на все виды материалов; 6) ближайшая доступность для коттеджных поселков Лососно и Барановичи (Гродненский район).

Чтобы обеспечивать устойчивость компании «АМИ ВЭЙ» на рынке, побеждать в напряженной конкурентной борьбе, целесообразно «развивать каналы привлечения клиентов, экспериментировать, искать новые эффективные инструменты» [1].

Сегодня «АМИ ВЭЙ» активно использует широкий диапазон online- и offline-каналов для привлечения клиентов. Доминируют в нем online-каналы: «Гродненский форум» (<https://forum.grodno.net/>), «Из рук в руки» (<http://irg.by/>), интернет-магазин (<http://ami-way.by/>), бизнес-аккаунт в Instagram (https://www.instagram.com/ami_way/), строительный портал Домодел.by (<http://domodel.by/>), наряду с offline: газеты «Мой район», «Альянс».

«Гродненский форум». Свою деятельность по продвижению компания начинала с тем на городском форуме. И сегодня здесь эффективно функционирует более 20 тем по различным категориям товаров: за 7 календарных дней все темы суммарно набирают более 1 100 просмотров.

Доска объявлений «Из рук в руки» также является давним инструментом продвижения «АМИ ВЭЙ». Компания широко использует функционал портала: возможность поднимать объявления, статус «Премиум», статистику. За 7 календарных дней 40 объявлений по разным категориям товаров набирают от 70 до 150 просмотров.

Интернет-магазин «АМИ ВЭЙ» является приоритетным направлением для продвижения компании и коммуникации с клиентами. С июля 2017 г. по апрель 2018 г. зафиксировано более 19 000 просмотров сайта. Основные источники трафика: переходы из поисковых систем (50,4%), переходы по ссылкам на сайтах (26,2%), прямые заходы (13,9%). Среднее время на сайте — 2,34 минуты.

Бизнес-аккаунт в Instagram — новое направление для продвижения. Посты выходят 4 раза в неделю, охват поста от 40 до 100 человек; количество подписчиков колеблется от 100 до 120; среднее количество лайков для поста — 17. Рубрики привязаны к категориям строительных материалов и структурируются с помощью хэштегов. Планируется платное продвижение аккаунта.

Строительный портал Домодел.by начал использоваться организацией с ноября 2017 г. Площадка занимает ТОП-5 по поисковой выдаче Яндекс и Google по всем необходимым компании запросам, среди которых «*купить кровлю Гродно*», «*купить окна ПВХ Гродно*».

Газеты «Мой район» и «Альянс» — единственные offline-каналы продвижения «АМИ ВЭЙ». В объявлениях представлены только окна и двери из

ПВХ, вместе с тем реклама в газетах позволяет сделать эту категорию товаров входящей в ТОП-3 по товарообороту компании.

Таким образом, ЧТУП «АМИ ВЭЙ» активно использует стандартный набор online- и offline-инструментов продвижения, наряду с этим стремится осваивать новые, преимущества которых значительно укрепят позиции компании на рынке строительных материалов Гродненского региона.

Литература

1. 10 эффективных каналов продвижения на B2B рынке [Электронный ресурс]. — 2018. — Режим доступа: <https://rdsales.ru/10-efektivnyh-kanalov-prodvizhenia-na-b2b>. — Дата доступа: 01.05.2018.