

# ИНФОРМАЦИОННО-МАРКЕТИНГОВАЯ СИСТЕМА — ШАГ К ПАРТНЕРСТВУ БЕЗ ГРАНИЦ

Сегодня успешному предприятию мало производить высококачественную продукцию, пусть даже отвечающую требованиям мировых стандартов. Надо еще хорошо знать соответствующий сектор отечественного и мирового рынка, проанализировать спрос, изучить потенциальных заказчиков и конкурентов. Все большую роль в данной области играют Интернет-технологии, превращаясь в мощнейший инструмент маркетинговой деятельности. Однако упрощенный подход к применению этого относительно нового инструментария может принести лишь разочарование.

## БАЗИС ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

Можно выделить три основных типа web-сайтов: информационные (первый уровень), поиск по базам данных (второй уровень) и интерактивные (третий уровень). Web-сайты, которые только информируют посетителей о возможностях предприятия, т.е. играют роль витрин, становятся малоэффективными — на поиск таких сайтов и анализ представленной на них информации тратится немало ресурсов потенциальных заказчиков. В то же время, рост новых видов деятельности в Интернете поистине взрывоопасен. Технологии электронной коммерции фактически начались с сайтов второго уровня. Web-сайты третьего уровня решают задачи персонализации общения, перехода к индивидуальному маркетингу. Данный уровень подразумевает, что ключ к эффективности продаж — в сугубо индивидуальном отношении к каждому потребителю. Этого можно достичь, обеспечив интерактивное общение между производителем и отдельными потребителями. В результате производитель может осознанно добиваться большего соответствия качества продукции потребностям рынка, анализировать опыт конкурентов и обеспечивать послепродажное обслуживание.

Отметим, что с точки зрения развития между разными уровнями Интернет-технологий лежит пропасть — сколько бы ни вкладывалось средств в web-сайты первого уровня, они никогда не обеспечат эффективности сайтов второго и третьего уровней (см. рис.). А современные реалии таковы, что если посещаемость страницы сайта, связанной с определенным продуктом, менее 100 визитов в сутки, такой продукт через Интернет не продать. Сайты же первого уровня практически не способны обеспечить большей интенсивности посещений, по крайней мере в области сложной специализированной продукции.

Чем сложнее товар, тем более тернист его путь к потребителю. В полной мере это относится к продвижению на рынок основной продукции предприятий оборонно-промышленного комплекса (ОПК) — специализированных сложных систем и комплексов. Од-



В.Симаков

С той минуты, когда Вы начинаете заниматься бизнесом web, Вам необходимо думать глобально. Вы должны думать о своих конкурентах глобально, о пользователях глобально, о поставщиках глобально и партнерах глобально.

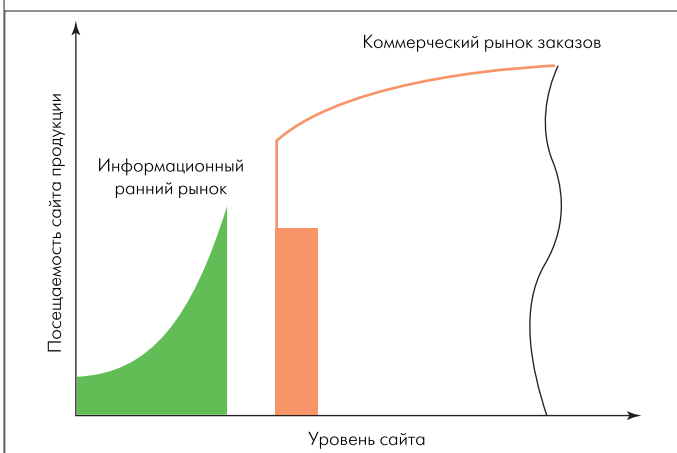
Томас Фридман

на из основных особенностей такой продукции — во многих случаях ее приобретение не сводится к поставке стандартного оборудования. Зачастую необходим учет особых пожеланий конкретного заказчика (по комплектности, особенностям условий и режимов эксплуатации и т.д.), шеф-монтаж (или сопровождение этих работ), эксплуатационное обслуживание и т.п.

Следовательно, работая со сложными изделиями, мало просто привлечь внимание потенциального заказчика и проинформировать его о свойствах и характеристиках продукции — необходимо вступить с ним в диалог. Комплекс всех этих задач и решает инновационная маркетинговая Интернет-система (ИМС).

## ИМС РАДИОЭЛЕКТРОННОГО КОМПЛЕКСА

Одна из таких систем — ИМС РОСПРОМ, предназначенная для продвижения на рынок результатов деятельности предприятий радиоэлектронного комплекса Федерального агентства по промышленности. Она создана и поддерживается ФГУП "КБОР" в интересах радиоэлектронной отрасли, а с 2004 года — Федерального агентства по промышленности (РОСПРОМ). В ее составе корпоративная Интернет-выставка предприятий ([www.rasu.ru](http://www.rasu.ru), [www.imsrosprom.com](http://www.imsrosprom.com)); структурированный иллюстрированный каталог товаров и услуг более 100 предприятий (корпоративный Ин-



Переход от информационного рынка к коммерческому



тернет-магазин) с возможностью заключения договоров и ведения электронной торговли ([www.relects.com](http://www.relects.com)). В ИМС также входит сайт ФГУП "КБОР" ([www.kbor.ru](http://www.kbor.ru)) и созданный на его основе технологический серверный центр сайтов, обеспечивающий оперативную работу с информационными запросами посетителей из 120 стран мира.

Опираясь на практический опыт построения сложных информационных систем различного уровня, назначения и географической протяженности, специалисты КБОР в последние годы разработали инновационно-маркетинговую технологию (ИМ-технология) для решения предприятиями ОПК таких важнейших задач, как:

- непрерывный анализ информации о спросе и предложениях в интересующем секторе мирового рынка продуктов, услуг и технологий;
- выбор надежных партнеров, готовых к всестороннему сотрудничеству при создании и реализации конкурентоспособных проектов;
- информационное воздействие на заказчиков и партнеров для продвижения на внутренний и внешний рынки высоконадежных изделий и услуг, с учетом поведения конкурентов.

ИМС позволяет реализовать и поддерживать с централизованным техническим, маркетинговым и рекламным обеспечением со стороны программистов, аналитиков и менеджеров ИМС:

- электронное представительство предприятия (справочные данные о предприятии);
- электронный каталог продукции с описанием технических и эксплуатационных характеристик изделий,
- выставки и презентации предприятия, включая продление их действия за счет создания электронных экспозиций и размещения их на сайте корпоративной Интернет-выставки;
- переход участников ИМС к дилерским отношениям, основанным на комиссионных выплатах с объема реализованной продукции.

Разработанная ИМС отличается от известных систем тем, что она, кроме всего прочего, ориентирована на работу с заказными изделиями. Поэтому необходим прямой диалог между покупателем-заказчиком и разработчиком (производителем). В рамках ИМС РОСПРОМ, кроме обычных средств коммуникации, включая электронную почту, для этой цели служит система IP-телефонии, позволяющая существенно сократить финансовые расходы на переговоры. Все запросы в реальном времени круглосуточно обслуживаются операторами ИМС, которые либо сами отвечают на вопросы заказчиков, либо напрямую связывают их с поставщиками.

Структурно ИМС включает открытый внешний портал (электронный каталог и магазин, электронная выставка предприятий); внутренний (корпоративный) портал, доступный только поставщикам продукции, и закрытую область ИМС, где накапливается статистическая информация, базы данных потенциальных потребителей и т.п. Поскольку закрытая коммерческая информация представляет собой достаточную ценность, приняты специальные меры защиты от несанкционированного доступа.

Для работы с ИМС предприятия должны быть оснащены специальным программным обеспечением "Элбитек" компании КБОР и иметь доступ в Интернет. Причем каналы доступа могут быть сколь угодно низкоскоростными, вплоть до 9,6 Кбит/с.

## МЕХАНИЗМ РАБОТЫ ИМС

Инновационно-маркетинговая технология продвижения продукции на рынок через Интернет включает 10 этапов и рассчитана на реализацию в течение 24 недель.

**На первом этапе** (первая–вторая недели) появляется товарное предложение от предприятия-изготовителя. Оно включается в каталог. Через Интернет проводится анализ конкурентов и потенциальных заказчиков. Собирается информация о первых обращениях.

**На втором этапе** (третья–четвертая недели) активно изучается спрос на представленную продукцию. Выясняется, сколько у нее на рынке потенциальных покупателей, куда эти системы, продукты или услуги могут пойти. Одновременно подсчитывается число обращений на web-страницу в каталоге с данным изделием. На этом основании определяется его рейтинг. Выявляются и учитываются конкуренты и их цены.

**На третьем этапе** (пятая–седьмая недели) на основании собранной информации корректируются предложение и цены. Как правило, именно на этом этапе начинаются реальные продажи. Покупки ведутся либо через ИМС, либо непосредственно у производителя, который платит системе за услуги. Следует отметить, что цена в ИМС всегда равняется цене производителей благодаря дилерским соглашениям между ними и фирмой-держателем ИМС.

**На четвертом этапе** (восьмая–десятая недели) пристальное внимание обращается на увеличение рейтинга продукции путем повышения релевантности соответствующих web-страниц в основных поисковых системах Интернета. То есть подбираются и прописываются в текстах сайтов ключевые слова так, чтобы при запросах от потенциальных заказчиков ссылки на страницы ИМС оказывались в первых строках. Данная работа проводится для каждой позиции.

В это же время корректируется система навигации для данной продукции внутри сайтов ИМС. Выйдя на ссылку в каталоге, потребитель должен за три перехода узнать о продукции все. Это значительно влияет на рейтинг продукции и посещаемость.

**На пятом-седьмом этапах** (одиннадцатая–семнадцатая недели) происходит второй цикл процедуры анализа спроса, конкурентов, цен и т.д. По результатам анализа меняется структура сайта, корректируются цены, выявляются новые потребители, им рассылаются предложения с описаниями продукции. Как правило, на данных этапах появляются отзывы покупателей.

Кроме того, в этот период формируется и/или уточняется пакет услуг по монтажу и сопровождению изделий. При необходимости создаются либо совершенствуются инструкции по эксплуатации, методики применения, другие сопутствующие документы и руководства.

Анализируется соответствие изделий международным стандартам. При необходимости формулируются замечания и предложения по доведению изделий до надлежащего уровня соответствия этим стандартам. Стоит отметить, что сегодня для продаж продук-

НАША СПРАВКА

**Конструкторскому бюро опытных работ – 30 лет**

Конструкторское бюро опытных работ (КБОР) было создано в 1974 году в рамках Министерства промышленности средств связи (МПСС) СССР для развертывания мобильной правительственной связи на всей территории СССР. В 1983 году предприятие стало центром научно-технической политики МПСС по всему комплексу материаловедческих проблем. Реализация ряда целевых программ на том этапе существенно повысила технический уровень и расширила номенклатуру применяемых в отрасли материалов – радиационно стойких, со специальными магнитными и конструктивно-образующими свойствами, для изделий микроэлектроники и т.д. В 90-е годы КБОР, как и многие другие, переживало трудный период. Работы в области материаловедения, материаловопотребления, утилизации драгметаллов оказались невосстребованными, их государственное финансирование было фактически прекращено. Численность научно-технического персонала сократилась более чем в 10 раз.

С 1999 года наступил новый этап развития Федерального государственного унитарного предприятия "КБОР". Директором стал доктор технических наук, профессор, академик Международной академии информатизации, лауреат Госпремии СССР В.В. Симаков. Началась работа по разработке концепции "Создание многофункциональных систем регистрации (МСР) и приема-передачи мультимедийной информации из любой точки мира – "МСР-2005". В сентябре 1999 года предприятие структурно реформировалось, был образован НПЦ "КБОР". В августе 2000 года на базе разработанного программного обеспечения "Элбитек" создан сайт Российского Агентства по системам управления ([www.rasu.gov.ru](http://www.rasu.gov.ru)), который затем был преобразован в сайт Федерального Агентства по промышленности ([www.farpm.gov.ru](http://www.farpm.gov.ru)).

На основе современных технологий сегодня поддерживается пять продуктовых линий систем и более 35 типов комплексов МСР. В России, СНГ и дальнем зарубежье эксплуатируется более 3000 таких комплексов. Среди них – многофункциональная система мониторинга и управления силами и средствами для Авиалесоохраны (2003 год), программно-технические комплексы "МСР-Терминал" на базе портативных компьютеров типа Pocket PC (КПК) для правоохранительных органов (обеспечивает многократное сокращение времени на идентификацию личности, оружия, автомобилей и т.д.).

Приоритеты отечественной технологии подтверждены 26 патентами и свидетельствами.

Сегодня ФГУП "КБОР" – динамично развивающееся предприятие, создающее многофункциональные информационно-аналитические системы с представлением всего спектра информации (голос, текст, фотоплан, видео, телеметрия) из любой точки мира. Основной принцип работы коллектива – "Заказчик реализует свой ОПЫТ при формировании целей – наши ЗНАНИЯ и ТЕХНОЛОГИЯ реализуются в совместном проекте".

ции на рынке совместимость с международными стандартами – обязательное требование. Однако отдельные несоответствия зачастую видны далеко не сразу. И большое достоинство ИМС в том, что она позволяет их выявить, предложить предприятиям-изготовителям внести надлежащие изменения. Таким образом, ИМС – это не только инструмент торговли, но и разработки.

**На восьмом этапе** (восемнадцатая–девятнадцатая недели) уточняется приемлемая для всех цена изделия – как его базовой комплектации, так и дополнительных функциональных блоков,

программ и т.п. Существенно, что поскольку речь главным образом идет о специализированных системах и комплексах, число различных исполнений одной базовой модели может быть весьма велико. Также уточняются цены на услуги монтажа.

Немаловажно, что на данном этапе (если требуется) формируется учебный курс для пользователей изделия. Публикуется его программа.

Именно на этой стадии, при необходимости и наличии предпосылок, начинается работа по формированию инвестиционного проекта. У нас в стране, как известно, хороший, проработанный в соответствии с международными требованиями и прошедший надлежащие экспертизы инвестиционный проект – большая редкость. В то же время ИМС – это инструмент для выявления и обоснования правомерности инвестиционного предложения. А поскольку данная система централизована, она позволяет привлекать к работе над различными инвестиционными проектами высококвалифицированных специалистов, что зачастую недоступно для отдельного предприятия. Это не только обеспечивает должное качество проекта, но и доверие к нему со стороны инвесторов. Когда подобная деятельность носит регулярный характер и ее проводит известная компания – держатель ИМС, у такой компании формируется хорошая инвестиционная история – как известно, один из решающих факторов в деле привлечения сторонних средств. Именно ее зачастую и не хватает нашим предприятиям.

**Девятый этап** (двадцатая–двадцать первая недели) – это время активных маркетинговых ходов, рекламных акций и т.п.

**Десятый этап** (двадцать вторая–двадцать четвертая недели) – завершение цикла и подготовка к новому. Анализируется сделанное, представляются концептуальные проекты, новые модели и решения. Наибольший эффект данного этапа проявляется, если он приходится на сентябрь–октябрь, т.е. в момент формирования программ, планов и бюджета на следующий год.

Таков внешний механизм работы системы. Существенно, что во время всего 24-недельного цикла идет интенсивная работа с поставщиками. Они постоянно находятся в курсе происходящих процессов, получают еженедельные и ежемесячные сводки о состоянии дел. Это позволяет их руководству не только постоянно быть в курсе востребованности продукции предприятий, но и принимать необходимые меры по совершенствованию их производственной деятельности – что изменить, куда направить дополнительные ресурсы, какой проект остановить. ИМС – это интегрирующий механизм, способствующий постоянному повышению соотношения качество/стоимость на основе непрерывного анализа информации о спросе заказчиков и предложениях конкурентов. Он помогает формированию новых перспективных рынков и налаживанию коммерческого партнерства без границ.

Реализация инновационно-маркетинговой системы радиоэлектронного комплекса – это прорыв в области коммерциализации информационных технологий, позволяющий представить организацию и выпускаемую ею продукцию посетителям из 120 стран (России, СНГ и дальнего зарубежья) с общей численностью посетителей более 600 000 человек. В результате появляется возможность открытия новых перспективных рынков и налаживания коммерческого партнерства без границ. Отметим, что ФГУП "КБОР" входит в концерн "Созвездие", объединяющий 25 предприятий радиоэлектронного комплекса (головное предприятие – Воронежский НИИ связи). И для продвижения продукции концерна была создана ИМС "Созвездие-25", действующая на изложенных принципах. ○