

РАЗРАБОТКА ИНСТРУМЕНТАРИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГОМ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

© 2010 А.В. Иванов*

Ключевые слова: интернет-маркетинг, интернет-стратегия коммерческого банка, инструментальные методы маркетинга, сайт коммерческого банка, стратегическое управление интернет-маркетингом, корпоративный портал, система веб-аналитики.

Разработан комплекс инструментальных средств стратегического управления интернет-маркетингом. Инструментарий содержит как функциональные возможности для этапа анализа и постановки целей интернет-стратегии, так и для последующих этапов формирования альтернатив, выбора и составления оперативных планов. Инструмент должен аккумулировать в себе всю информацию интернет-стратегии и формировать выводы и рекомендации.

Ввиду отсутствия интегрированного программного продукта, позволяющего реализовать все этапы стратегического управления интернет-маркетингом¹, требуется разработать собственное инструментальное средство, которое справится с этой задачей.

Очевидно, что такая программа, обладающая уникальными функциональными возможностями как для этапа анализа и постановки целей интернет-стратегии, так и для последующих этапов формирования альтернатив, выбора и составления оперативных планов, должна аккумулировать в себе всю информацию интернет-стратегии и формировать результирующие выводы и рекомендации.

В рамках авторского исследования был проведен анализ и выбор платформы для создания программной системы формирования и реализации интернет-стратегии коммерческого банка. Оптимальным выбором была признана платформа "1С-Битрикс"², благодаря наличию базовых функций учета и анализа интернет-статистики, интеграции с "1С-Предприятие 8.0" (системой класса ERP), а также открытому коду и расширенным возможностям API-программирования в рамках платформы.

Среди широкого перечня продуктов "1С-Битрикс", для реализации проекта, был выбран "1С-Битрикс: Корпоративный портал". Корпоративный портал - это мощный комплекс интегрированных средств формирования единого информационного пространства - Интранет и Экстранет. В этом общем пространстве сотрудники компании эффективно взаимодействуют друг с другом, с партнерами и

поставщиками, быстро находят необходимые документы и корпоративную информацию, управляют бизнес-процессами, тем самым повышая эффективность бизнеса.

Платформа Корпоративный портал "1С-Битрикс" имеет ряд важных функциональных возможностей:

- ◆ создание рабочих или проектных групп для совместного обсуждения и решения производственных и непроизводственных задач;
- ◆ использование принципов социальной сети в организации совместной работы;
- ◆ гибкая настройка функционала групп и прав доступа к ним для различных групп сотрудников;
- ◆ календарь событий группы и ее участников;
- ◆ организация совещаний группы;
- ◆ обсуждение рабочих вопросов (форумы, веб-мессенджер);
- ◆ задачи и поручения участникам группы, планирование, контроль исполнения;
- ◆ отчеты о выполнении задач от участников группы;
- ◆ библиотека документов для группы, контроль версий и изменений, работа с библиотекой документов группы через проводник Windows и офисные приложения;
- ◆ фотоматериалы группы.

Для выбора в качестве платформы разработки крайне важны интеграционные возможности продукта "1С-Битрикс", в частности:

- ◆ интеграция с продуктами Microsoft Office (рекомендуется версия Outlook 2007) и Open Office;

* Иванов Андрей Владимирович, доцент Поволжского государственного университета телекоммуникаций и информатики, г. Самара. E-mail: ivanov11av@mail.ru.

- ◆ интеграция с “1С:Зарплата и Управление Персоналом”;
- ◆ “Контроллер” - система для интеграции корпоративного портала и внешнего сайта;
- ◆ интеграция с Active Directory и LDAP серверами, OpenID;
- ◆ реализация принципов SSO (Single Sign On) - единой системы авторизации;
- ◆ кроссплатформенность - работа на UNIX и Windows (XP, Vista, Windows Server);
- ◆ поддержка IE 5, 6,7 и FF 2, 3;
- ◆ поддержка MySQL, Oracle, MSSQL, Oracle XE, MSSQL Express;
- ◆ веб-сервисы и поддержка SOAP протокола;
- ◆ экспорт списка сотрудников и прав доступа на портал;
- ◆ интеграция в корпоративную сеть (сетевые диски и веб-папки библиотек документов);
- ◆ открытые протоколы экспорта-импорта данных (XML, CommerceML, CSV, Excel, RSS).

Корпоративный сайт является центральным элементом интернет-стратегии, поэтому выбор в качестве платформы для программной системы формирования и реализации интернет-стратегии “1С-Битрикс. Корпоративный портал” естественным образом обусловил выбор системы управления сайтом “CMS 1С-Битрикс”. Благодаря разработанной инструментальной системе, маркетолог имеет возможность производить анализ рекламных кампаний по четырем составляющим: статистическим данным, вниманию к содержанию сайта, событиям и что является самым важным финансовым показателем.

Статистические данные содержат такие данные как число переходов, число новых посетителей, число уникальных посетителей, уникальные хосты, число просмотренных страниц, добавление сайта в избранное, фиксируются возвраты посетителей на сайт банка. Также модуль предоставляет возможность вычисления аналитических коэффициентов: посетители за день; активность; внимательность; процент новых посетителей; процент возвратившихся посетителей.

Внимание к содержанию сайта анализируется по посещенным разделам и страницам, учитывается посещаемость разделов и страниц в динамике по дням, а также точки входа на сайт, точки выхода, пути по сайту и

отдельные отрезки путей. Механизм подсчета событий на сайте позволяет зарегистрировать любое действие (событие) посетителя на сайте; рассчитывается процент от пользователей, которые совершили определенное событие. Примеры событий:

- ◆ скачивание файла;
- ◆ уход на покупку;
- ◆ переход по ссылке;
- ◆ клик по баннеру;
- ◆ регистрация партнера;
- ◆ заполнение анкеты;
- ◆ добавление товара в корзину;
- ◆ участие в опросе;
- ◆ сообщение в форуме.

Веб-аналитика имеет в базовом функционале возможность вычисления финансовых показателей. Информация о прибыли, полученной по оплаченным заказам, фиксируется в системе статистики как доход от рекламной кампании коммерческого банка; затраты на рекламу автоматически вычитаются, и в отчете показывается только чистый доход от рекламной кампании; коэффициент ROI рассчитывается автоматически.

На рис. 1 представлен интерфейс функционального блока формирования и анализа альтернатив разработанной программной системы реализации интернет-стратегии. Интерфейс программы в целом реализован в рамках парадигмы административной части корпоративного портала “1С-Битрикс”, что удовлетворяет запросы маркетологов и руководителей. Такой подход, с одной стороны, сокращает время на изучение нового интерфейса, а с другой - обеспечивает возможность одной точки входа в корпоративную информационную систему и в систему формирования и реализации интернет-стратегии.

В верхней части интерфейса находится навигационная панель “1С-Битрикс”, в левой части экрана расположена основная навигационная панель системы формирования и реализации интернет-стратегии с разделением на основные этапы. В центральной части интерфейса на рис. 1 представлен блок формирования альтернатив. Интерфейс использует максимальное количество всплывающих пояснений, прежде всего для руководителей контролирующих реализацию интернет-стратегии время от времени и не владеющих понятийным аппаратом интернет-маркетинга.

Альтернативы: Стратегические альтернативы, способные привести к достижению целей интернет-страт

Рабочий стол > Контент > Интернет стратегия > Альтернативы

Дополнительно

Название:

Раздел: **Верхний уровень**

Найти Отменить

Добавить элемент Добавить альтернативу Настроить Excel

Критерии	Приоритеты	Решение	Поисковый спрос/посетители, %	Уникальные посетители, %	Целевые посетители, %	Внимательность, %	Просмотры страниц/уникальные посетители, %
<input type="checkbox"/>		Название	Влияние на прирост отношения объема поискового спроса к количеству посетителей, %				
<input type="checkbox"/>		Поисковая интернет-реклама	+11	+32	+17	+15	+9
<input type="checkbox"/>		Контекстная интернет-реклама	+19	+31	+19	+13	+8
<input type="checkbox"/>		Медийная интернет-реклама	+7	+15	+11	+5	+2
<input type="checkbox"/>		E-mail реклама	+1	+18	+12	+9	+3
<input type="checkbox"/>		Поисковая оптимизация	+18	+23	+16	+11	+7
<input type="checkbox"/>		Регулярное обновление информации	+18	+20	+23	+19	+13
<input type="checkbox"/>		Регистрация и персональные разделы	+3	+7	+2	+31	+12

Выбрано: 7 Отмечено: 0

На странице: 20

Для всех - действия - нет Применить

Изменить свойства и права доступа к информационному блоку вы можете в [Настройках информационного блока](#).

Рис. 1. Интерфейс функционального блока “Альтернативы интернет-стратегии”

Критерии	Приоритеты	Решение	Охват	Число просмотров, шт./мес.	CTR, %	Стоимость, руб.
<input type="checkbox"/>		Яндекс. Директ	Яндекс	250015	16	85703,2
<input type="checkbox"/>		Google AdWords	Google / Поиск Mail	207024	7	32014,25
<input type="checkbox"/>		Васил	Рамблер / Апорт	70036	11	19753,41

Выбрано: 3 Отмечено: 0

Рис. 2. Интерфейс модуля “Мероприятия поисковой рекламы”

В базе знаний предлагаемого в данной работе программного комплекса аккумулируется информация по методам интернет-маркетинга, система способна предлагать методы, приводящие к достижению целей интернет-стратегии коммерческого банка, к примеру, мероприятия поисковой рекламы, представленные на рис. 2. Поисковые системы имеют сервисы, которые могут дать прогностические значения числа просмотров, CTR и стоимости по заданным параметрам.

Системой формируются критерии эффективности мероприятий поисковой рекламы, которые ранжируются по степени влияния на

достижение той или иной цели интернет-стратегии коммерческого банка (рис. 3). Отношение согласованности вычисляется автоматически при заполнении экспертом таблицы ранжирования, в данном случае эксперт допустил логическую ошибку в ранжировании критериев и программа выдает настойчивое сообщение об этом в центре экрана.

Значения критериев в данном случае определяются автоматически в онлайн-режиме. С помощью метода анализа иерархий, которому уделяется более подробное внимание в диссертационном исследовании, программная система рассчитывает коэффициенты приори-

Ошибка
 Отношение согласованности равно 50,79% и превышает допустимые нормы. Проверьте свои суждения

Критерии	Приоритеты	Решение				
		Название	Охват	Число просмотров	CTR	Стоимость
		Охват	1	1/7	1/3	1/8
		Число просмотров	7	1	1/3	7
		CTR	3	1/3	1	1/4
		Стоимость	3	1	4	1

Выбрано: 4 Отмечено: 0

Рис. 3. Интерфейс “Ранжирование критериев эффективности мероприятий поисковой рекламы”

Критерии	Приоритеты	Решение		
		Название	Приоритет	
		Яндекс.Директ		0,310976
		Google AdWords		0,336709
		Bequn		0,309014

Выбрано: 3 Отмечено: 0

Рис. 4. Интерфейс “Определение эффективности методов поисковой рекламы”

Отчеты: Мониторинг состояния корпоративных ключевых показателей реализации интернет-стратегии

Рабочий стол > Контент > Интернет стратегия > Отчеты

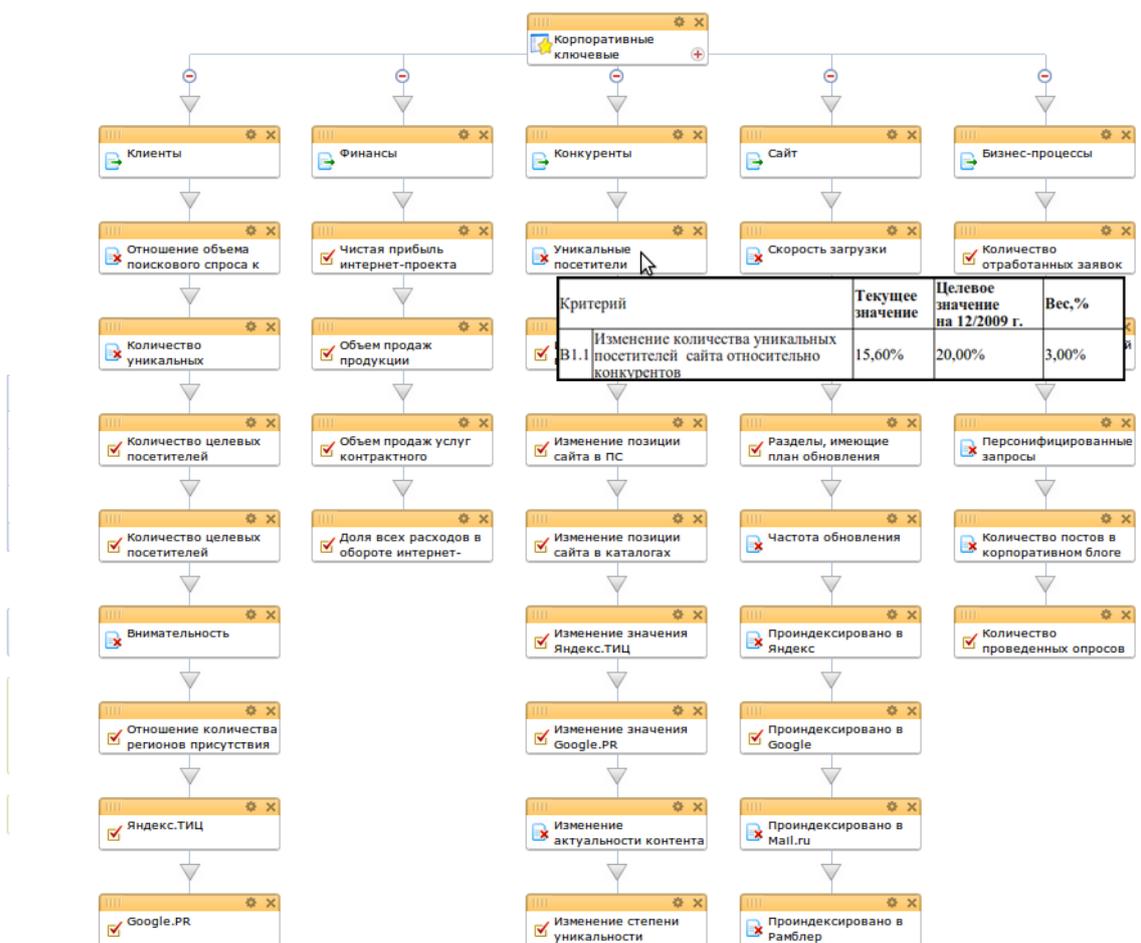


Рис. 5. Интерфейс “Приборная панель состояния ключевых показателей интернет-стратегии коммерческого банка”

тета и рекомендует вектора альтернатив, которые максимизируют эффект интернет-стратегии коммерческого банка.

Специалист отдела маркетинга осуществляет окончательное утверждение оперативных планов и контролирует их выполнение. Разработанная программная система позволяет вмешиваться в ход выполнения интернет-стратегии коммерческого банка на любом этапе реализации для корректировки ее хода. В приведенном на рис. 4 примере мероприятия поисковой рекламы имеют сопоставимую эффективность, ввиду этого не стоит вопрос о выборе и мероприятий - они будут использоваться в комплексе.

Практическим результатом проведенного в диссертационном исследовании анализа мероприятий поисковой рекламы является пропорциональное распределение бюджета, согласно коэффициентам глобального приоритета каждого из мероприятий.

Рассматриваемая автором программная система позволяет осуществлять этап планирования интернет-стратегии на основе методологии PMI (Project Management Institute)³. Функциональные возможности планирования реализованы на основе сервисных блоков "Календари" платформы "1С-Битрикс. Корпоративный портал".

Наибольший интерес для руководителей банковских структур представляет собой интерфейс приборной панели стратегического управления интернет-маркетингом, представленный на рис. 5.

На приборной панели в наглядном виде представлены состояния ключевых показателей интернет-стратегии. Зеленые пиктограммы говорят о том, что показатели находятся в диапазоне допустимых значений, красные пиктограммы сигнализируют об отклонении показателей и требуют детального рассмотрения их значений.

Адаптируя программную систему стратегического управления интернет-маркетингом собственному для специалиста отдела маркетинга коммерческого банка, следует отметить следующее. Инструментарий должен позволять провести предварительную подготовку структуры и содержания сайта с минимальными затратами и без специальных навыков программирования. Дополнительно необходимо реализовать возможность импорта отчетов в формат Excel. Для руководства банка в системе предусмотрен веб-сервис для мобильного устройства с усеченными функциональными возможностями оперативного контроля, позволяющий эффективно отслеживать ход реализации интернет-стратегии коммерческого банка.

¹ *Никульников Н.В.* Понятийный аппарат стратегического управления интернет-маркетингом // Проблемы техники и технологий телекоммуникаций : материалы 10-й междунар. науч.-техн. конф. Самара, 2009. С. 272.

² Битрикс: Управление сайтом. URL: http://www.bitrixsoft.ru/download/files/manuals/ru/bsm_marketerguide.doc.

³ Функциональные возможности продукта 1С-Битрикс: Управление сайтом. URL: <http://www.novait.ru/internet/cms/bitrix/features/features.php>.

Поступила в редакцию 02.09.2010 г.