

7. Рассылать письма-опросы Хорошая возможность узнать лучше ваших клиентов. Опросы могут быть на любую нужную вам тему, главное, чтобы подписчик был заинтересован отвечать. Например, можно спросить о повышении качества обслуживания. Клиентам важно, когда к ним прислушиваются и учитывают их мнение.

8. Делиться новинками. Каждый интернет-магазин постоянно придумывает что-то новое, избавляясь от технических недостатков и делая возможность заказать товары более удобными для клиентов.

9. Сопровождать покупки. Важно, чтобы клиенты превращались в постоянных и им никуда не хотелось уходить от вас. Поэтому клиент не должен нервничать и лишний раз звонить по поводу состояния его заказа. Лучше отправлять сопровождающие письма о том, что заказ принят, товар уже на складе и т.д.

10. Просматривать статистику. По каждой отправленной email рассылке предоставляется точная статистика. Можно просмотреть какие письма работают лучше, по каким ссылкам переходят больше и т.д. Вы будете чётко видеть число прочитавших и заинтересовавшихся новыми товарами или информацией.

11. Заинтересовать неактивных клиентов. Можно подготовить отдельную рассылку для тех, кто давно не пользовался услугами вашего интернет-магазина.

12. Повысить посещаемость сайта Статистика рассылки помогает понять, как лучше оформить письмо, чтобы подписчик его читал и переходил на сайт для получения большей информации.

За время общения с клиентами можно сформировать определённый образ потенциального клиента. Заполняя небольшие опросники, пользуясь поиском по сайту или совершая покупки, люди сами показывают владельцу интернет-магазина чем они заинтересованы в данный момент. Но кроме того, можно использовать данные, которые могут помочь найти подход к каждому клиенту.

Клиенты подписываются на рассылку, когда им интересно и они доверяют продавцу. Если правильно выстроить маркетинговую кампанию — можно собрать большую базу подписчиков и продавать товары станет проще. С помощью рассылки легко работать с заинтересованными в товарах продавца людьми и выделять свою целевую аудиторию.

Электронная реклама в настоящее время имеет широкой применение и распространение. Существует множество способов представления и реализации ее. Используя современные технологии можно с наименьшими затратами привлечь новых клиентов. Также есть приемы для увеличения активности старых клиентов. Каждый из них по-своему хорош, но используя их по отдельности, того эффекта, который бы хотелось получить, невозможно достигнуть. Для достижения наилучшего результата, рекомендуется использовать их в совокупности.

Список используемых источников:

1. Амблер, Т. Практический маркетинг / Т. Амблер. – СПб.: Питер, 2000. – 213 с.
2. Багиев, Г.Л. Маркетинг: Учебник для вузов. 3-е изд. / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич, Х. Анн. – СПб.: Питер, 2007. – 736с.
3. Бендина, Н.В. Маркетинг (конспект лекций). / Н. В. Бендина. – М.: «Приор-издат», 2005. – 215 с.
4. Бухгалтерский учет, анализ, аудит: метод. указания и контрольные задания для студ. экон. заоч. формы обуч./ сост. В.А. Палицын.- минск:БГУИР, 2009.-36 с.

GLOBAL CHALLENGES OF THE INFORMATION SOCIETY

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Савельева О.А., Ступень М.К.

Жилинская Н.Н. – преподаватель

1) Global trends:

- Increasing international tax competition;
- The new global division of labour;
- Population ageing;
- Increasing pressures on the welfare society;
- The second phase of the information society;
- The rise of cultural industries;
- The rise of bio-industries;
- Regional concentration;
- A deepening global divide;
- The spread of a "culture of emergency" .

Development of Scenarios.

If we look at development from the geographical perspective, it can be said that the fiercest competition is carried out by and between three leading regions: the United States, Asia and Europe. Allowing some simplification, there are currently three especially dynamic models in terms of technology and economy, yet they are based on very different social models. These can be called by the following titles:

- The "Silicon Valley model"
- The "Singapore model"
- The "Finnish model"

2) Core Values in the information age .

The main danger can be called "the dead hand of positivity";

The structure of modern society is the combination of information society with welfare state; In order to provide the harmonious coexistence of the two substructures, society needs the following values:

1. Caring;
2. Confidence;
3. Communalism;
4. Encouragement;
5. Freedom;
6. Creativity;
7. Visionariness;
8. Courage;
9. Balance;
10. Meaningfulness.

Extract 1 The pyramid of values from the psychological perspective

Key concepts of social development:

1. A creative economy
2. A creative welfare society
3. Humanly meaningful development
4. A global culture.

3) A creative economy

Spearheads of a creative economy: a stronger IT sector, culture and welfare.

The creation of a developed creative economy:

- Increased funding of culture and well-being, the improvement of ideological creativity (development of business models and marketing);
- Creation a stimulating working conditions;
- Management and work culture in a creative society:
 1. The major task of a manager is to promote creativity;
 2. Differences in the style of work in the era of the industrial and information societies;
 3. The importance of personal development and motivation of employees;
- 4) A Creative Welfare Society
 - The idea is that people have equal opportunities to organize their potential and they are protected against the random misfortunes of life.
 - The ethics is that everyone could have been born in any position in society and that any misfortune that someone has to suffer could have hit anyone.
 - All welfare services should be provided by the public sector, but they can be provided by the companies or non-governmental organisations also.
 - The future of the welfare society is in creativity: there is a new way, as we can apply the core principle of the information society to the welfare state: the maintenance of the welfare state should be risen by improving its productivity through technological and organizational innovations.
 - The basis of the future of the welfare society is an inclusive, high-quality education system.
- 5) Human development in the information society
 - Modern society can be described as a "society of emergency" or "a global risk society."
 - The only way of preservation and development of the welfare society is the implementation of balanced mental, social, physical and cultural development of individuals.
- 6) Global culture.
 - We must become more open-minded if we are to meet the requirements of globalisation. Tolerance must become a value for us: we must show it in our everyday life.
 - Global companies need skilled team leaders and researchers who have international experience.
 - Globalisation must be reciprocal.

Список использованных источников:

1. Manuel Castells and Gustavo Cardoso "The Network Society: From Knowledge to Policy"
2. Chris Benner "Work in the New Economy: Flexible Labor Markets in Silicon Valley"
3. Martin Carnoy "Sustaining the New Economy: Work, Family and Community in the Information Age"
4. Manuel Castells "The Information Age: Economy, Society and Culture, vol. 1: The Rise of the Network Society"

АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЯМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

*УО «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники»
г. Минск, Республика Беларусь*

Катлярова М. Н. – канд. экон. наук, доц. Жилинская Н.Н

Рассматриваются задачи, с которыми сталкиваются компании в ходе работы над инвестиционными проектами. Приводится классификация программных продуктов, автоматизирующих функции по управлению инвестиционными проектами.