

## **ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ПОСЛУГ ПОСЕРЕДНИЦЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

В епоху максимального поширення інформації, посередницькі послуги визнані особливо прибутковим видом бізнесу. Тому багатьох підприємців-початківців цікавить, що являє собою дане заняття як підприємництво в сфері послуг.

Посередництво — це вид бізнесу, при якому фізична особа чи організація надає послуги з двох зацікавлених у співпраці сторін. Прибуток посередника формується з націнки на товар, якщо це торгівля. Посередники у сфері послуг отримують свій прибуток у вигляді встановленої суми винагороди або з певного відсотка від вартості угоди [1].

Для того, щоб переконатися в рентабельності посередницького бізнесу, його слід розглядати з точки зору різних видів діяльності. Для старту такого бізнесу в першу чергу слід вибрати форму діяльності: індивідуальний підприємець або юридична особа.

Даний вид бізнесу не вимагає великих матеріальних витрат. Однак наявність офісного приміщення, оргтехніки та інших інструментів діловодства не буде зайвим. Найголовніші вимоги висуваються до самого підприємця. Для того, щоб успішно вести бізнес, він одночасно повинен розумітися в менеджменті, маркетингу, фінансуванні та в інших суміжних сферах залежно від обраної діяльності.

Посередницький вид бізнесу існує з тих часів, коли з'явилася торгівля. Ще в древньому Римі на великих ринках сиділи люди в спеціальних крамницях, які володіли інформацією у різних напрямках. За певну плату вони надавали консультації купцям [5].

З тих пір бізнес розвивався і поширився майже на всі сфери економіки. З появою нових технологій він вийшов на новий рівень. У даний час посередницький бізнес умовно можна розділити на два види: онлайн і реальний бізнес. Онлайн види посередництва відкривають величезні простори перед підприємцем [3].

Щоб стати посередником, майбутньому бізнесмену потрібно володіти рядом психологічних і ділових якостей:

— здатність шукати, знаходити унікальну інформацію малодоступну великому колу користувачів або товари з низькою вартістю;

— уміти знайти місце де купити дешевше, а продати дорожче, але за меншою ціною, ніж у конкурентів. Це підвищує шанси стати відмінним посередником (спекулянттом);

— комунікативні навички;

— здатність до самопіару та просування товару. Якщо посередник здатний домовитися з продавцем і покупцем на взаємовигідних умовах, то ймовірність успішного бізнесу збільшується;

— креативний підхід до справи.

— мінімальний початковий капітал і забезпечення витратними матеріалами;

— підвищена наполегливість і стійкість до стресів [2].

У реальному бізнесі сьогодні актуальні такі види діяльності як:

– ріелторські послуги;

– брокерська діяльність;

– послуги маклера;

– кадрове агентство;

– шлюбні служби;

– туристичний бізнес;

– проведення аукціонів;

– доставка товарів і багато іншого.

Онлайн бізнес передбачає такі види:

– партнерські мережі та програми;

– інтернет-магазини;

– купівля-продаж сайтів;

– організація бірж з дистанційного надання послуг [4].

За великим рахунком, до посередництва можна віднести навіть звичайні продуктові магазини, так як, по суті, вони є посередником між виробником і споживачами. Бізнес на посередництві у сфері послуг виглядає дещо інакше. З одного боку, посередництво як бізнес додає до вартості угоди певну суму. З іншого, за цю суму він повинен гарантувати безпеку угоди. До таких видів відносяться агентства нерухомості, брокерські послуги і посередницькі компанії в сфері туризму.

Зауважимо, що в області PR посередництво більше затребуване. В даному випадку воно допомагає скоротити час на підбір потрібного кадру і може навіть скасувати необхідність утримання штатного PR-фахівця. При наявності прагнення і завзятості заробляти на посередництві може кожен бажаючий.

Деякі види такого бізнесу зовсім не вимагають фінансових вкладень. Але якщо мова йде про організацію, то не зайвим буде

витратитися на просування і рекламу своїх послуг. Єдино важливим і головним залишається компетентність посередника. Для того, щоб клієнт оцінив його послугу, він повинен чудово виконати взяті на себе зобов'язання [5].

Слід враховувати, що даний бізнес будується на довірчих відносинах між клієнтом і компанією. Приходячи за послугами, клієнт повинен бути упевнений в тому, що він отримає певні вигоди від послуг посередника, ніж при прямому зверненні до первинного клієнту. Для того, щоб відповідати таким вимогам, посереднику потрібно мати власну базу професійних виконавців. Це можуть бути організації або приватні підприємці. Наприклад, агентство нерухомості повинно мати в базі перевірених юристів і нотаріусів, а у брокерської компанії повинні бути налагоджені відносини з банком або страховою компанією.

Якщо звичайний магазин або торгова точка вимагають значних витрат на старт, то мережева торгівля відрізняється їх відсутністю та легким стартом. Ще однією відмінною особливістю є той факт, що компанії, що вирішили поширювати свій продукт через інтернет, самі зацікавлені в послугах посередників. Динамічне зростання кількості користувачів, доступність систем управління, розвиток платіжних і партнерських систем робить інтернет-торгівлю легкою і ефективною.

Одним з прибуткових напрямків ведення бізнесу в платіжній системі є Webmoney. Компанія на сьогоднішній день має десятки тисяч посередницьких компаній і приватних підприємців. Їхній прибуток складається з кількох видів діяльності:

- атестаційна діяльність;
- організація обмінних пунктів у регіонах;
- кредитування Webmoney.

Таким чином, посередництво є по суті найменш витратним видом бізнесу, через відсутність необхідності робити великі капітальні інвестиції. У більшості випадків достатньо мати ПК і володіти певними знаннями в тій чи тій сфері, а так само умінням налагодити контакт між покупцем товарів/послуг і продавцем. При грамотному підході даний вид діяльності принесе свої плоди досить швидко, так як навіть невеликий відсоток «накрутки» з кожної угоди може сформувати значний дохід.

Якщо розглядати посередництво в якості бізнесу, то можна відзначити його перспективність як для професійних підприємців, так і для новачків, які хочуть спробувати свої сили в цьому виді діяльності. Основна його перевага передбачає велику різноманітність варіантів для розвитку бізнесу і повну свободу, а так

само можливість проявити себе з творчої сторони, використовуючи досвід, інтуїцію і комунікативність.

### **Література**

1. *Герчикова И. Н.* Международноекоммерческоедело: Учебник для ВУЗов. — Москва: Юнити. 2008.
2. *Финансовый менеджмент.* Учебник для вузов / под. ред. Г.Поляка. — Москва: Финансы, 2007.
3. *Экономика и организациядеятельности торгового предприятия:* Учебноепособие / под общ. ред. А.Н. Соломатина. — М.: ИНФРА-М, 2010. — 295 с.
4. *Тарнавська Н.Т.* Менеджмент: Теорія і практика: Підручник. — Тернопіль, 2010. — 456 с.
5. *Хміль Ф.І.* Менеджмент: Підручник. — К. : Вища школа, 2015. — 194 с.

**Бобрицька Н.Д.,**  
*керівник відділу маркетингу ТОВ «Таланто»*

## **ВИКОРИСТАННЯ CRM-МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

Суттєве подорожчання трафіку і лідів у всіх нішах змушує підприємства переходити на стратегію утримання клієнта, а не залучення нових. Однак мало хто використовує CRM-маркетинг (оригінальна назва цієї діяльності — marketing automation (Автоматизація маркетингу)) для автоматизації бізнесу.

Будь-яке підприємство, що продає товари або послуги, поступово накопичує велику базу клієнтів. За допомогою CRM-маркетингу можна краще взаємодіяти з клієнтами: ділити їх на групи та створювати персональні пропозиції.

**Основні відмінності від класичного CRM підходу:** В CRM — продає менеджер, а в автоматизації маркетингу — продає система за допомогою email, sms, push-повідомлень, ретаргета і контенту.

**CRM-маркетинг потрібно впроваджувати якщо:**

1) підприємство має велику кількість кінцевих клієнтів або споживачів, практично виключає персональну роботу з ними через менеджерів. Найчастіше така ситуація спостерігається в B2C-бізнесі, але і в B2B-моделі може бути велика кількість дрібних клієнтів;