

Тема доповіді:

# **КОНТРОЛІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВІДСТЕЖЕННЯ КЛЮЧОВИХ ПОКАЗНИКІВ ІНТЕРНЕТ- МАРКЕТИНГУ**

Плясецька Вікторія, ПМБМК

# 01

## Визначення ОСНОВНИХ ПОНЯТЬ

Контролінг – це концепція управління, розробка інформаційної системи для внутрішнього балансу підприємства та прийняття оптимальних управлінських рішень.

KPI – це вимірна система, яка визначає перспективи досягнення тактичних цілей, що допомагає регулювати напрямки стратегічного розвитку.



# 02

## КРІ в Інтернет-маркетингу

В Інтернет-маркетингу багато показників результативності, але їх всі можна розділити на певні групи:

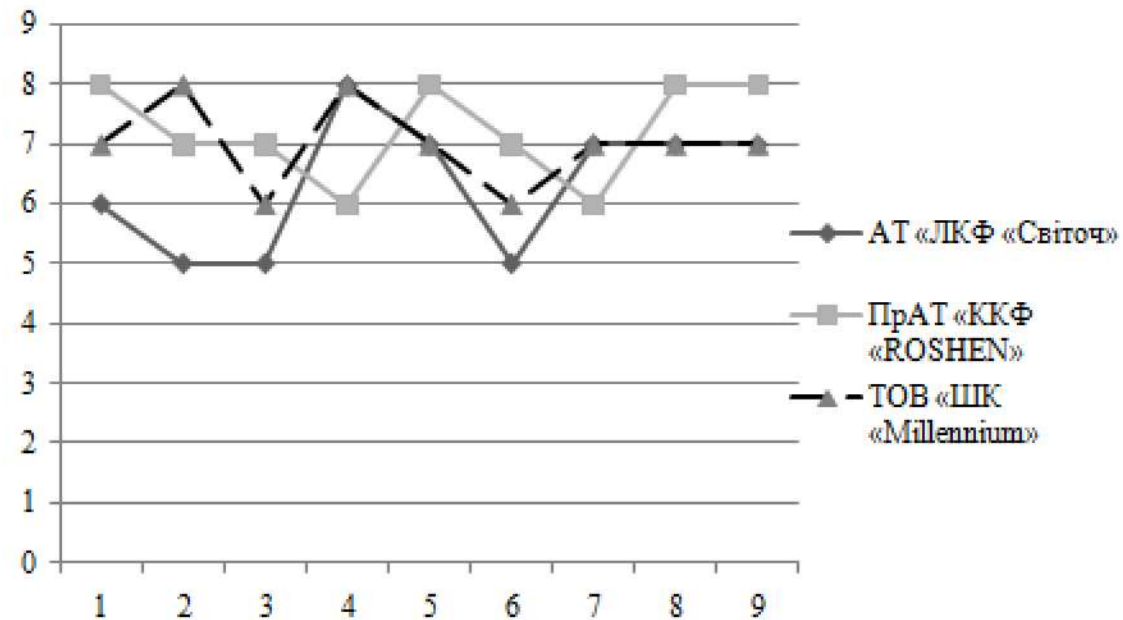


# 03

## Інші інструменти контролінгу

Окрім сучасних методів контролінгу в Інтернет-маркетингу існують традиційні інструменти у сфері планування діяльності підприємства, такі як ABC-аналіз, бенчмаркінг, SWOT-аналіз, графік Гантта тощо.

На прикладі трьох кондитерських фабрик України було розглянуто принцип дії такого методу контролінгу як бенчмаркінг.



# Дякую за увагу!

Плясецька Вікторія, ПМБМК

Науковий керівник: Грицаєнко Г.І., к.е.н., доцент кафедри ПТБД

Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Д. Моторного