

УДК 339.138

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ОРГАНИЗАЦИИ СООО «КОНТЕ СПА» В СЕТИ ИНТЕРНЕТ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

Ю.Д. ЛЕВЧЕНКО

(Представлено: канд. ист. наук, доц. О.Г. КОРДЮКЕВИЧ)

В статье осуществлена оценка эффективности основных направлений маркетинговых коммуникаций в сети Интернет организации СООО «Конте Спа», таких как деятельность компании в социальных сетях «Instagram» и «ВКонтакте», таргетированная реклама и email-маркетинг. Также представлена авторская разработка комплекса мероприятий по повышению эффективности маркетинговых коммуникаций в сети Интернет для компании «Конте Спа».

Введение. В Республике Беларусь до настоящего времени осуществляется информатизация не только сфер человеческой деятельности, но и функционирования предприятий. Этот процесс требует от предприятий использования новых инструментов маркетинга на основе интернет технологий. Информатизация приводит к увеличению значения коммуникации, что, в свою очередь, повышает роль современных средств коммуникации, и в первую очередь Интернета.

Основная часть. В качестве объекта исследования, осуществляющего маркетинговые коммуникации в сети Интернет, была выбрана компания СООО «Конте Спа». В настоящее время организация СООО «Конте Спа» является лидером в производстве одежды, белья и чулочно-носочных изделий в Восточной Европе. Предметом и основным видом деятельности компании является продажа одежды [1]. СООО «Конте Спа» применяет многоканальный подход сбытовой сети, реализуя свою продукцию как с помощью офлайн- и онлайн- оптовых продаж, так и в фирменную розницу.

Маркетинговая деятельность организации СООО «Конте Спа» в сети Интернет осуществляется с помощью различных инструментов: корпоративный сайт, интернет-магазин, аккаунты в социальных сетях («Instagram», «ВКонтакте» и др.), таргетированная реклама, email-рассылка. С помощью этих инструментов «Конте Спа» привлекает новую аудиторию, покупателей, а также информирует постоянных клиентов и пользователей о новинках ассортимента, скидках, акциях и розыгрышах и проводит опросы.

Оценка эффективности аккаунта компании в социальной сети Instagram. В социальной сети Instagram компания «Конте Спа» активно ведет свой профиль. В день публикуется примерно 1-2 публикации, проходят различные розыгрыши, как от самой компании, так и совместно с другими брендами, проводятся опросы и голосования (выбрать понравившийся цвет женского нижнего белья, рубашки, оценить образ в продукции бренда), ведется рубрика «Фото подписчиков в продукции Conte», публикуются истории с информацией о новинках, напоминания о конкурсах и акциях, а также отзывы подписчиков и советы от стилиста. Маркетинговые коммуникации также налажены и в комментариях под публикациями: команда отвечает на вопросы подписчиков, отправляет активные ссылки на продукцию компании «Конте Спа» в директ, лайкает комментарии [2].

На рисунке 1 представлен график динамики лайков в Instagram-аккаунте компании «Конте Спа» в период с 14.11.2021 г. по 14.04.2022 г.

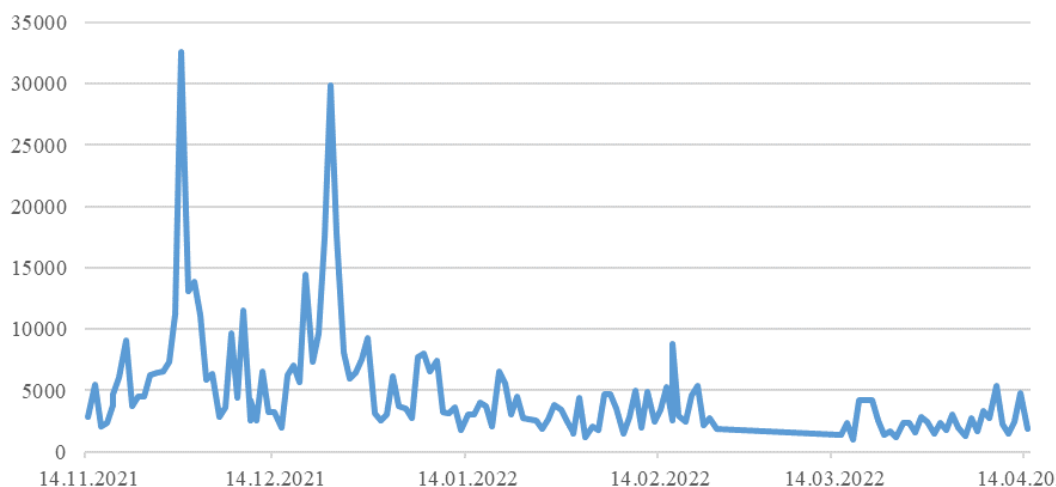


Рисунок 1. – Динамика лайков «Конте Спа» в Instagram с 14.11.2021 г. по 14.04.2022 г.

Источник: [собственная разработка на основе данных Instagram-аккаунта компании].

На графике видно, что наибольшее количество лайков наблюдается на постах, опубликованных в ноябре и декабре 2021 года, так как в это время проходили конкурсы с известными брендами 21vek и L'Occitane, выходили подборки образов в продукции «Конте», идеи для новогодних подарков и др.

Исходя из графика динамики комментариев в Instagram-аккаунте компании «Конте Спа» (рисунок 2), можно отметить, что наибольшее число комментариев характерно для постов, опубликованных в ноябре 2021 г., в связи с началом конкурса от брендов Conte и L'Occitane.

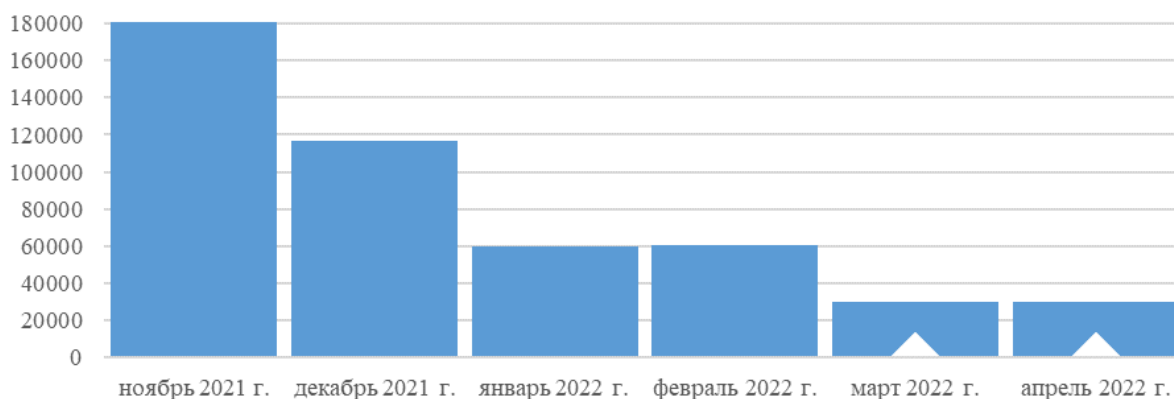


Рисунок 2. – Динамика комментариев «Конте Спа» в Instagram с 14.11.2021 по 14.04.2022 г.

Источник: [собственная разработка на основе данных Instagram-аккаунта компании].

В своем аккаунте компания «Конте Спа» публикует видео-контент с моделями в продукции своего бренда и подборки образов. В период 14.11.2021–14.04.2022 г. всего в аккаунте было опубликовано 22 видео. Стоит отметить, что в январе 2022 года команда «Конте» не публиковала контент видео-формата. Однако в марте, для того чтобы повысить вовлеченность подписчиков и привлечь новую аудиторию, компанией было выложено 8 видео. Наибольшая активность по просмотрам наблюдается в декабре 2021 года, где была опубликована подборка образов с колготками «Conte» и начались 2 новых конкурса [2].

Оценка эффективности сообщества в социальной сети «ВКонтакте». В социальной сети «ВКонтакте» ООО «Конте Спа» не так активно ведет свой профиль. В день команда постит примерно 1-2 публикации. На странице публикуется только самая важная информация о новых товарах, о некоторых конкурсах и скидках. Количество лайков, комментариев и репостов намного меньше, чем в аккаунте «Конте Спа» в «Instagram». Возможно, так как в Instagram организация намного активнее взаимодействует с аудиторией, то пользователи получают всю основную информацию именно в этой социальной сети [3].

На рисунке 3 представлен график роста сообщества «Conte_official» в социальной сети «ВКонтакте» за период с 14.11.2021 по 14.04.2022 гг. На графике видно, что сообщество развивается динамично. За 6 месяцев на аккаунт подписалось 6229 человек, количество лайков увеличилось на 346, однако количество комментариев уменьшилось на 217, а количество репостов – на 76.

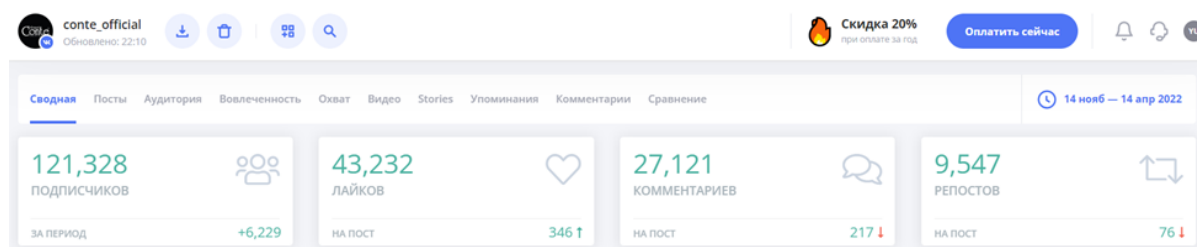


Рисунок 3. – График роста сообщества «Конте Спа» ВКонтакте с 14.11.2021 по 14.04.2022 гг.

Источник: [4].

По данным сервиса веб-аналитики LiveDune, наибольшее количество лайков и комментариев в сообществе компании «Конте Спа» в социальной сети «ВКонтакте» наблюдается на постах, опубликованных в декабре 2021 года (рисунки 4, 5). Это связано с проходящими в этот период конкурсами от самой компании и совместно с брендами «Фитокосметик» и L'Occitane.

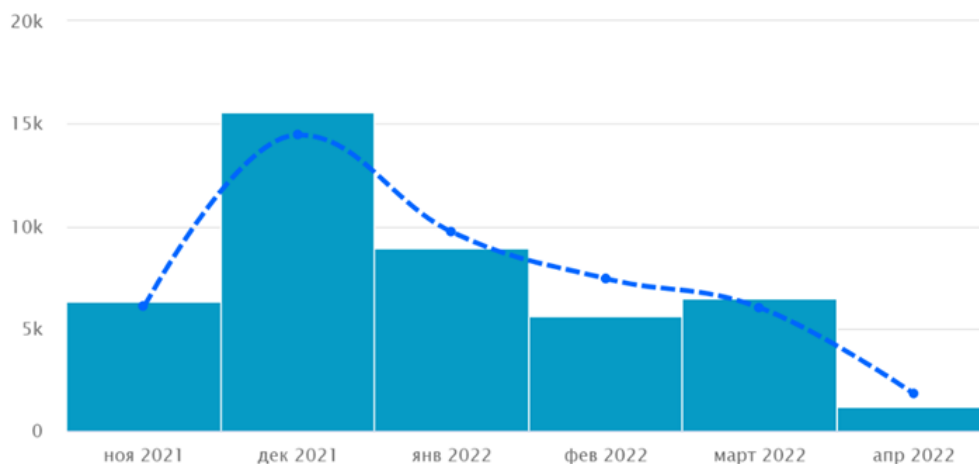


Рисунок 4. – Динамика лайков сообщества компании «Конте Спа» в социальной сети «ВКонтакте» с 14.11.2021 г. по 14.04.2022 г.

Источник: [4].

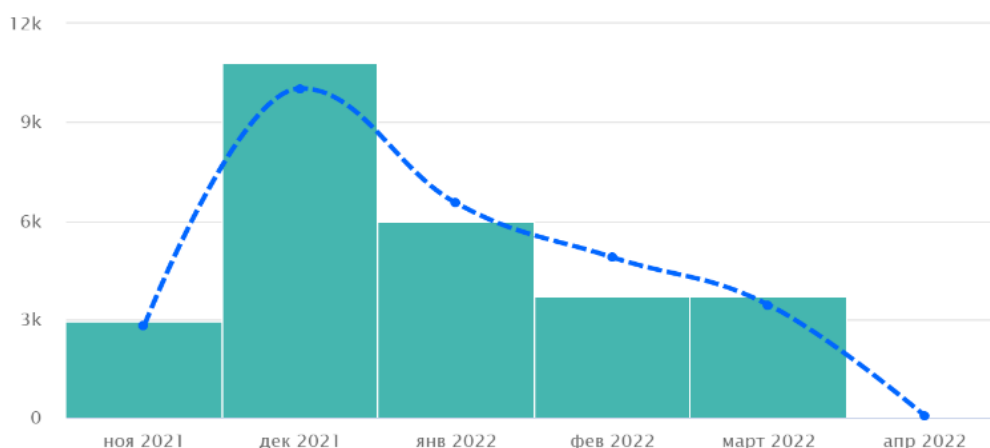


Рисунок 5. – Динамика комментариев в сообществе компании «Конте Спа» в социальной сети «ВКонтакте» с 14.11.2021 г. по 14.04.2022 г.

Источник: [4].

Таким образом, у компании ООО «Конте Спа» в Instagram-аккаунте и сообществе социальной сети «ВКонтакте», в основном, показатели по таким метрикам, как лайки, комментарии, просмотры видео и репосты, значительно уменьшаются. Это связано прежде всего с тем, что компания в марте и апреле 2022 года не проводила конкурсы, в Instagram-аккаунте не выходили подборки образов с продукцией бренда «Conte», а также с 24.02.2022 г. по 15.03.2022 года в мессенджере не публиковались посты в связи с военными действиями на Украине.

Оценка эффективности таргетинга и email-маркетинга.

– **Таргетированная реклама** в социальных сетях «Instagram» и «ВКонтакте» является скорее эффективной, так как сама реклама часто появляется в ленте и историях, что позволяет не только перенаправлять пользователей этих социальных сетей на свои страницы, привлекать новых клиентов, но и повышать узнаваемость бренда.

– **Email-маркетинг.** Этот вид маркетинга является эффективным, так как компания ООО «Конте Спа» предоставляет возможность получать рассылку отдельно для женщин и отдельно для мужчин, а также поощряет пользователей, которые подписаны на рассылку информации о новинках и акциях по электронной почте, с помощью скидок и конкурсов. Так, за подписку на рассылку «Конте Спа» предоставляет скидку в размере 10% на свою продукцию. Однако стоит отметить, что email-маркетинг использует только интернет-магазин компании.

Для того, чтобы повысить эффективность маркетинговой деятельности организации «Markformelle» в сети Интернет, автором были разработаны следующие рекомендации:

1. Сохранение темпов развития компании;
2. Создание системы дисконтных и накопительных карт для постоянных покупателей в Интернете;

3. Разработка мобильного приложения. Онлайн-каталог «Конте Спа» с возможностью виртуальной примерки одежды. Так как рынок электронной коммерции активно развивается, то возможность примерить на себя различные образы и стили станет эффективным инструментом, который поможет увеличить продажи и удержать покупателя;

4. Использование контекстной и баннерной рекламы. Так как данные виды рекламы находятся выше всех предлагаемых сайтов в поисковых сетях, то она позволяет направлять пользователя по рекламе. С помощью контекстной и баннерной рекламы можно привлечь заинтересованных лиц и новых клиентов к своей продукции;

5. Использование email-маркетинга для корпоративного сайта компании. С помощью информационных и новостных рассылок команда может информировать подписчиков об интересных публикациях на сайте, изменениях графика работы компании, новостях компании за неделю или месяц;

6. Написание более «яркого» текста в постах с использованием эмодзи и вопросами к аудитории;

7. Социальные сети «Instagram» и «ВКонтакте» являются эффективной площадкой для продвижения бренда «Конте Спа». Чтобы повысить вовлеченность аудитории в контент, можно добавить новые рубрики. Например, «Собери стильный образ», где подписчикам нужно будет составить образ для девушки или парня, выбрав из двух вариантов одежды «Конте Спа» наиболее подходящую, по мнению подписчиков. Также стоит начать вести рубрику «Задай вопрос команде Conte», в которой пользователи смогут задать интересующие их вопросы: например, о производстве, о будущих коллекциях и др.;

8. Ввести новые виды опросов, где команда компании «Конте Спа» сможет напрямую задать вопрос своей целевой аудитории о заинтересованности в конкретном товаре, выбрать наиболее понравившийся рисунок или модель, предложить свои идеи. Таким образом ЦА почувствует «важность» своей точки зрения, а компания повысит доверие аудитории и эффективность взаимодействия;

9. Геймификация. То есть применение игровых механик в социальных сетях для подкрепления лояльности к бренду;

Заключение. Таким образом, была оценена эффективность основных направлений маркетинговых коммуникаций в сети Интернет компании ООО «Конте Спа» и разработаны рекомендации по повышению эффективности маркетинговой деятельности в сети Интернет. Компания «Конте Спа» эффективно использует такой инструмент интернет-маркетинга как маркетинг в социальных сетях, так как аккаунты в социальных сетях «Instagram» и «ВКонтакте» динамично растут (увеличивается число подписчиков, лайков). Также компания использует таргетированную рекламу и email-маркетинг для интернет-магазина. В перспективе количество подписчиков, показатели таких метрик, как лайки, комментарии, репосты, просмотры, в социальных сетях «ВКонтакте» и Instagram скорее будут увеличиваться, так как в настоящее время команда компании ООО «Конте Спа» часто публикует контент видео-формата, полезные истории с информацией о новых коллекциях с использованием фотом, видео, опросов, а также с отзывами покупателей. Чтобы повысить эффективность маркетинговой деятельности в сети Интернет, компания может разработать приложение с виртуальной примеркой одежды, начать использовать контекстную, баннерную рекламу и email-маркетинг в виде дайджестов, улучшить продвижение в социальной сети ВКонтакте, добавить новые рубрики и использовать игры, которые могут заинтересовать пользователей, и сотрудничать с блогерами.

ЛИТЕРАТУРА

1. ООО "КОНТЕ СПА" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://conte.by/about_conte_spa/. – Дата доступа: 28.04.2022.
2. Conteofficial [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/conteofficial/>. – Дата доступа: 02.05.2022.
3. CONTE одежда, белье, колготки. Официальная страница бренда Conte [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vk.com/conte_official. – Дата доступа: 03.05.2022.
4. LiveDune | conte_official / сводная [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://pro.livedune.ru/vk/view/conte_official?range_from=2021-11-14&range_to=2022-04-14. – Дата доступа: 03.05.2022.