

УДК 316.77

ПРОДВИЖЕНИЕ БИЗНЕСА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Е. Ю. БОГДАНОВА

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

В современном мире информационные технологии прогрессируют с каждым днем. Кроме развития уже давно существующих каналов коммуникации (телевидение, радио, печатные СМИ), появляются новые и самые разнообразные IT-платформы (сайты, приложения, социальные сети), которые можно эффективно использовать для продвижения бизнеса и взаимодействия со своей целевой аудиторией и деловыми партнерами. В данной статье исследованы социальные сети как один из наиболее востребованных каналов современных маркетинговых коммуникаций.

Введение. В качестве основных задач данного исследования было определить роль социальных сетей как площадки для продвижения и развития бизнеса, а также рассказать об основных достоинствах и возможностях социальных сетей как средства для привлечения клиентов, и о причинах, по которым социальные сети помогают заинтересовать целевую аудиторию и расширяют возможности бизнес-проекта.

В данном исследовании выделено две главные цели. Первая – это определить роль социальных сетей как площадки для продвижения и развития бизнеса. Вторая – рассказать обо всех достоинствах и возможностях социальных сетей в качестве средства для привлечения клиентов, а также о причинах, по которым социальные сети помогают привлечь аудиторию и расширяют возможности бизнес-проекта.

Социальные сети для бизнеса — это площадка, где присутствуют миллионы, а то и миллиарды потенциальных покупателей. Конечно, все они не будут клиентами, но выделить из них свою целевую аудиторию вполне реально. [8]

Социальные сети – это один из самых эффективных инструментов для продвижения бренда, товара или услуги и прямой канал связи с потенциальными клиентами. Поэтому успех бизнеса сейчас во многом зависит от маркетинговой деятельности в онлайн-среде. [9]

Продвижение бизнеса в социальных сетях на современном этапе развития общества является неотъемлемой частью ведения бизнеса, залогом его успеха. На сегодняшний день практически у каждого предпринимателя имеется сайт, страница или сообщество в социальной сети. Это обусловлено не только тем, что намного проще заказать товар или услугу через Интернет, но и тем, что благодаря сети Интернет предприниматель продвигает в различных социальных сетях свой продукт, взаимодействует с потенциальными покупателями, осуществляется обратная связь.

Одним из преимуществ социальных сетей является то, что они охватывают огромную аудиторию, так как люди всех возрастов и профессий проводят много времени в Интернете. Благодаря специальным механизмам, реклама в Интернете распространяется таким образом, что в зависимости от интересов и запросов в поисковике, у людей «всплывает» реклама именно тех товаров и услуг, которые будут актуальны для них. Это происходит благодаря комплексу мероприятий по внутренней и внешней оптимизации, которые поднимают позиции сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей, с целью увеличения потенциальных клиентов – так называемой поисковой оптимизации.

Основная часть. Социальные сети дают возможность узнать о каком-либо бизнесе большому количеству людей. Благодаря геолокации, которая чаще всего включена на устройствах во время подключения к сети Интернет, пользователям попадает реклама именно тех заведений, салонов, ресторанов, кафе или магазинов, которые находятся поблизости.

Отдельная публикация, размещенная производителем товара или услуги с использованием множества каналов, позволяет пользователям органично взаимодействовать с бизнесом. Без использования социальных сетей для ведения бизнеса всегда может быть одно и то же количество клиентов, которые ищут конкретные виды услуг. Таким образом, оптимизация сообщений в социальных сетях и умение писать правильные заголовки могут принести больше трафика на официальном сайте производителя. [7]

Для бизнеса важно учитывать тот факт, что социальные сети имеют целевую аудиторию. Лидерами по популярности среди социальных сетей являются следующие: ВКонтакте, Одноклассники, Facebook, Instagram, Twitter и других.

Согласно социологическим исследованиям, доминирующим ресурсом в России и странах СНГ является социальная сеть ВКонтакте. Она отличается большой (462 миллиона человек) и молодой аудиторией (порядка 25% – до 18 лет, самый массовый сегмент 18-34 года). Высокая активность, готовность участвовать в конкурсах, вызовах и дискуссиях, большое количество публикаций, любовь к визуализа-

ции и развлекательному контенту – основные характеристики названной сети. Наиболее хорошо ВКонтакте подойдет для бизнеса, связанного с продажей товаров (одежда, техника, мебель, косметика) и сервисных услуг. Преимущества работы: можно настроить глубокий таргетинг, разные варианты оплаты (за показы или клики), размещать свои публикации в тематических пабликах (на платной основе или за взаимную услугу). [6]

Социальная сеть Facebook является лидером по популярности в мире. Именно здесь наибольшее количество менеджеров, IT-специалистов, банкиров и других обеспеченных людей. Для того чтобы привлечь подписчиков и посетителей на страницу в Facebook нужно попасть в новостную ленту. Сделать это можно двумя способами: оплатив размещение или получив на материал большое количество отметок «Like» и перепостов. Тренинги, программы, дорогие товары, новости, продвижение брендов – для всего этого подойдет Facebook. [6]

Сеть Instagram перспективна за счет большого прироста пользователей и растущего спроса. Она построена на визуальном контенте, многие называют ее фотосетью из-за больших возможностей по редактированию и размещению фотоснимков. Длинные тексты с логическими цепочками выводов здесь не найдут отклика. А товары индустрии моды, косметика, украшения, все для имиджа и внешности, автомобили, путешествия, недвижимость – вполне подойдут. Высокая активность участников требует очень быстрого ответа на комментарии. [6]

Согласно исследованиям наиболее эффективными социальными сетями для бизнеса в 2021 году являются:

- самая популярная платформа у пользователей – Instagram – тот канал, где влияние брендов только растёт;
- уровень вовлечённости в контент брендов в Facebook остаётся довольно низким: в целом в 2020 году он составил всего 0,26% для всех сфер деятельности;
- социальные показатели у Twitter самые слабые: вовлечённость упала на 16,30% — с 0,07% в 2019 году до 0,06% в 2020 году по всем видам деятельности. [2]

Чтобы продвижение бизнеса в Интернете давало положительный результат, помогало ему развиваться, обеспечивало новыми клиентами, необходимо правильно вести аккаунты проекта в социальных сетях. Аккаунт должен вызывать интерес у пользователей, привлекать их внимание, вызывать доверие. Одним из составляющих успешного аккаунта является визуал.

Под термином «визуал» подразумевается оформление профиля и ленты в Инстаграм (как выглядят и сочетаются друг с другом загруженные изображения). Визуал создает первое впечатление об аккаунте. [3] Правильно оформленный аккаунт, который ведется в определенном стиле, цветовой гамме и имеет структуру, будет вызывать доверие и выглядеть выигрышно на фоне других страниц.

Также в последнее время стала развиваться реклама у популярных личностей: блогеров, актеров, артистов. Заплатив им за рекламу, предприниматель получает возможность привлечь новую аудиторию и дает узнать большому количеству людей о своем бизнесе. Таким образом, можно отметить, что в Интернете идет развитие нескольких видов бизнеса. Первый основывается непосредственно на оказании услуг, продаже товаров, вещей, в том числе интернет-магазины, ресторанный бизнес и т.п. Второй вид представляет собой аккаунты, например, блогеров, которые зарабатывают на рекламе за счет того, что имеют большую аудиторию. Их заработок напрямую зависит от количества подписчиков: чем больше аудитория, тем дороже у них стоит реклама.

В связи с перечисленным выше, возникает следующая проблема при продвижении бизнеса в Интернете: не каждый предприниматель обладает навыками и умениями правильного ведения бизнес-аккаунта, не владеет определенными компетенциями и знаниями.

Решение этой проблемы заключается в следующем – существуют специалисты в области рекламы в социальных сетях, которые понимают, как правильно развивать проект, вести аккаунты, сайты; развивается новое направление – таргет, СММ.

СММ — это один из каналов маркетинга, а именно маркетинг в социальных сетях. Для СММ используют платные и бесплатные инструменты социальных сетей: публикации, рекламные записи, баннеры, таргетинг, личное общение с потенциальными и уже существующими клиентами. [5]

Таргетолог — это узкоспециализированный таргетолог, основная профессиональная задача которого заключается в настройке и ведении кампаний таргетированной рекламы в социальных сетях. То есть этот человек обеспечивает эффективное взаимодействие бизнеса и целевой аудитории в рамках Facebook, Instagram, ВКонтакте, Одноклассников и подобных площадок. [10]

Для продвижения бизнеса в социальных сетях нужен определенный план, состоящий из нескольких этапов:

1. Определиться с социальной сетью.
2. Определить цель продвижения.
3. Определить аудиторию, проанализировать целевой рынок.

4. Изучить конкурентов.
5. Выбрать определенную стратегию своего контента.
6. Проанализировать полученные результаты и сделать выводы.

В качестве наглядного примера рассмотрим аккаунт салона ногтевого сервиса Because_nails (г. Полоцк) в социальной сети Instagram. [4]

Если проанализировать статистику аккаунта, можно отметить несколько важных моментов:

– Количество подписчиков и количество просмотров на историях увеличиваются, когда аккаунт ведется активно, структурированно, в единой стилистике. Также растет и спрос на услуги – чем чаще выкладываются истории и публикации, тем больше новых клиентов обращаются с просьбой записаться к мастерам студии.

– Важен так называемый «живой контент». Помимо рабочих моментов в социальных сетях желательнее выкладывать истории из повседневной жизни, так как аудиторию привлекает и заинтересовывает и личная жизнь предпринимателя, который ведет аккаунт своего бренда. Данный контент дает возможность узнать человека поближе, в какой-то степени располагает аудиторию к себе и своему аккаунту, срабатывает человеческий фактор.

Особенности продвижения бизнеса через социальные сети связаны с осуществлением прямой коммуникации с аудиторией, что дает возможность отслеживать ее реакцию в режиме реального времени. Регулярный, ежедневный контакт с пользователями социальных сетей приносит ощутимый эффект. Благодаря желанию пользователей делиться информацией, распространять посты о бренде, что предоставляет возможность наращивать онлайн и офлайн активность аудитории в социальных медиа продукта. [1]

Когда вы общаетесь от лица компании, вы видите, кто на вас подписывается, а кто нет; кто активно взаимодействует с контентом; кто интересуется продуктом; какие боли есть у аудитории и помогает ли продукт от нее избавиться. Присутствие в соцсетях и контакт с аудиторией помогает компании лучше понять её запросы и корректировать контент и продукт в соответствии с этими запросами. [5]

– На публикациях, под которыми написаны посты на определенные темы, статистика выше, чем на обычных фотографиях без подписи. Из этого делаем вывод, что аудитории интересно узнавать мнение автора по поводу каких-либо вопросов, либо же отмечать для себя полезную информацию, которой автор делится.

Для того чтобы узнать мнение подписчиков аккаунта Because_nails по поводу оформления бизнес-аккаунта в социальной сети и ее восприятия, был проведен опрос на тему «Ведение бизнес-аккаунта в социальных сетях».

Цель исследования: выяснить, какие методы ведения аккаунта привлекают внимание клиентов, проанализировав полученную в ходе опроса информацию.

По результатам опроса можно сделать определенные выводы, которые способствуют улучшению качества контента, увеличению количества клиентов и, как следствие, развитию бизнеса. В опросе приняли участие 30 человек в возрасте от 17-ти до 54-х лет, среди которых 28 женщин и 2 мужчины. Всего на аккаунт подписано 506 человек: 2,8% из них в возрасте 13-17 лет; 15,1% - 18-24 лет; основная аудитория, составляющая 53,1%, находится в возрасте 25-34 лет; 21,2% - 35-44 лет; 6,1% - 45-54 лет; подписчики в возрасте 55-64 лет составляют наименьшую часть – 1,7%. Женщин среди подписчиков большинство – 85,8%, мужчин – 14,2%.

В результате данного исследования выяснилось следующее:

1. 86,7% опрошенных считают наиболее удачной для продвижения бизнеса социальной сетью Instagram.

2. При выборе аккаунта, к которому опрошенные планируют обратиться за оказанием услуг или за товаром, они обращают внимание на оформление данного аккаунта и на то, как его ведут.

3. Также 73,3% аудитории, с которой проводилось исследование, отметили, что для них важно количество подписчиков аккаунта. Чем больше количество подписчиков – тем выше степень доверия к данному предпринимателю.

4. 63,3% подписчиков аккаунта, которые приняли участие в опросе, считают необходимым публиковать отзывы клиентов в своем аккаунте, поскольку это также повышает степень доверия к человеку, оказывающему услуги.

Продвижение бизнеса в социальных сетях предполагает не только повышение популярности самой компании и повышение лояльности потребителей по отношению к ее бизнес-политике, но и способствует выведению на рынок новых товаров или услуг. При этом демонстрация их уникальных характеристик увеличивает узнаваемость бренда. [1]

Социальные медиа – подходящая площадка при формировании консультаций с потребителями. От обратной связи с клиентами зависит активность посетителей страницы в социальной сети, рост посещаемости, продажи и т. д. Управление репутацией – это анализ и сбор обратной связи от аудитории, реа-

гирование на комментарии, а также ненавязчивое воздействие на мнение клиентов путем размещения необходимого контента в социальных сетях. [1]

Закключение. В ходе исследования было выявлено, что при правильном ведении аккаунта бизнес-проекта в социальных сетях, можно увеличить клиентскую базу, сделать бренд более узнаваемым и тем самым повысить прибыль. При продвижении бизнеса в Интернете важно учитывать актуальные методы интернет-маркетинга, пользоваться услугами таргетологов и СММ-специалистов, взаимодействовать с аудиторией и иметь определенный план по развитию аккаунта.

Необходимо не только использовать социальные сети, но и отслеживать эффективность всех активностей. Для выполнения этой задачи существует множество инструментов аналитики. Для наилучшего результата необходимо изучать, что нравится вашей аудитории больше всего, и не бояться корректировать стратегию продвижения.

Сразу после создания аккаунта в социальных сетях не стоит ждать резкого роста продаж. В большинстве случаев работа с социальными сетями дает первые результаты только через пару месяцев. Но бывают исключения. В таких ситуациях нужно подготовиться к наплыву и вниманию клиентов заранее. В начале реализации стратегии продвижения в социальных сетях компания должна вовремя обрабатывать все поступившие заказы, даже в том случае, если их оказалось больше, чем компания рассчитывала.

ЛИТЕРАТУРА

1. Развитие бизнеса в социальных сетях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/78026/1/m_th_i.a.permiakov_2019.pdf/. – Дата доступа: 01.07.2021.
2. Facebook, Instagram или Twitter: какую соцсеть выбрать бренду в 2021 году в зависимости от вида деятельности. Инфографика и анализ Socialinsider [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cossa.ru/news/280999/>. – Дата доступа: 11.07.2021.
3. Гайд по визуалу в Instagram: правила и ошибки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://socialkit.ru/blog/post/pravila-i-oshibki-vizuala-v-instagram#:~:text=Под%20термином%20«визуал»%20подразумевается%20оформление,создает%20первое%20впечатление%20об%20аккаунте/>. – Дата доступа: 11.07.2021.
4. because_nails_by [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.instagram.com/because_nails_by/ – Дата доступа: 12.07.2021.
5. Продвижение в социальных сетях (SMM) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tilda.education/articles-promotion-social-networks#rec12650121/> – Дата доступа: 12.07.2021.
6. Как продвигать бизнес в соцсетях: секреты высокого уровня доходов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://semantica.in/blog/kak-prodvigat-biznes-v-soczsetyakh-sekrety-vysokogo-urovnya-dokhodov.html/> – Дата доступа: 12.07.2021.
7. 7 преимуществ маркетинга в социальных сетях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/id/5b5adf23477100aa2ce21b7-7-preimuscestv-marketinga-v-socialnyh-setiah-5badd696407a8900ab37bd5b/> – Дата доступа: 12.07.2021.
8. Преимущества и недостатки социальных сетей для бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing.by/novosti-rynka/preimushchestva-i-nedostatki-sotsialnykh-setey-dlya-biznesa/> – Дата доступа: 12.07.2021.
9. Как использовать соцсети предпринимателям в 2021 году? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://snob.ru/profile/32821/blog/173815/> – Дата доступа: 12.07.2021.
10. Таргетолог: кто это, когда он нужен и как выбрать специалиста [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.activetraffic.ru/target/targetolog/#:~:text=Таргетолог%20—%20это%20узкоспециализированный%20маркетолог%2C,«ВКонтакте»%2C%20«Одноклассников»%20и%20подобных%20площадок/> – Дата доступа: 12.07.2021.