

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Новые возможности в продвижении товаров и услуг посредством социальных сервисов

Махортова Лидия Владимировна

Студент

Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина, институт сервиса и рекламы, Тамбов, Россия

E-mail: mahortova.91@mail.ru

Совершенно новые коммуникативные возможности предоставляют такие средства Интернет-коммуникации как блоги, форумы и социальные сети. Реклама в сети Интернет на сегодняшний день является одним из самых доступных, быстрых и недорогих способов донести до потенциальных клиентов информацию о своей компании, предлагаемых товарах и услугах. Social Media Optimization (SMO) – комплекс мер, направленных на максимально эффективное привлечение на необходимый ресурс посетителей из социальных медиа, т.е. социальных сетей, блогов и т.д. Продвижение сайта в социальных сетях (SMO) стало новым успешным трендом в захвате бизнес-рынка [1].

<?xml:namespace prefix = o ns = "urn:schemas-microsoft-com:office:office" />

Пятерка самых популярных на сегодняшний день социальных сетей в России представлена на Рис. 1.

Ключевая особенность работы с социальными сетями – возможность точной работы с конкретной аудиторией. Рекламу в социальных сетях можно эффективно таргетировать: по полу пользователей, их доходу, возрасту, профессии. Можно разработать индивидуальный сценарий поведения бренда в социальных сетях, именно для того бренда который продвигается. После того как аудитория на которую будет направлена работа досконально изучена, необходимо подобрать группу людей, которых заинтересует продвигаемый продукт. Именно этот процесс можно назвать залогом успеха активного продвижения. После этого этапа важно подобрать площадки для работы с аудиторией.

Что касается социальной *сети Вконтакте*, то можно отметить, что она создавалась, в основном для студентов. Сейчас же сеть набирает обороты, свои аккаунты начали заводить люди различного возраста и различных социальных групп. На сегодня ВКонтакте – это самая популярная социальная сеть в России. Существует множество методов продвижения товаров и услуг Вконтакте: создание и продвижение аккаунта, тематические группы, встречи, приложения, контекстная реклама, продвижение с помощью фото и видео. В этой социальной сети есть возможность создать профиль бренда. Его нужно постоянно наполнять новыми фото товаров, видео, интересными материалами. При продвижении в тематических группах широко используются скрытый маркетинг, размещение рекламы в блоке новости, комментарии со ссылками на свою группу, интересная уникальная информация, брендинг, покупка группы и многое другое. Продвижение Вконтакте с помощью приложений разумно для большого бизнеса. Например, для сайтов, которые в будущем будут вести прямые продажи ВКонтакте с помощью созданных приложений.

Сеть Одноклассники, в отличие от сети ВКонтакте, имеет более зрелую аудиторию. Большинство участников этой сети старше двадцати пяти лет, и если учесть, что этот контингент вполне платежеспособен, получается очень перспективная рекламная

площадка. В этой сети очень жестко моделируется всё, что касается использования ресурса в коммерческих целях, сеть получается очень защищенной от спама, поэтому пользователи доверяют подаваемой информации. Разместить рекламу на Одноклассниках можно в приложении, оно должно быть сделано в соответствии со всеми требованиями, которые эта сеть предъявляет к ним.

Facebook – социальная сеть, в основном, для бизнес целей. Аудиторию сети составляют, в большей степени, люди, которые каким-либо образом связаны с границей. Часто это бизнесмены, ведущие свои дела с зарубежными компаниями. Есть среди этой аудитории представители СМИ, которые путешествуют по всему миру. Таким образом, аудитория этой сети качественная, но заниматься таким делом, как продвижение, есть смысл только тем компаниям, для кого эта аудитория является целевой.

Как правило, сеть Интернет является одним из самых доступных, быстрых и недорогих способов донести до потенциальных клиентов информацию о своей компании, товаре или услуге, а реклама в соцмедиа – современный и эффективный способ продвижения товаров и услуг. Именно живая обратная связь, общение с аудиторией или прямой визуальный контакт является одним из главных факторов успешного «вхождения» в социальную сеть. Правильное использование маркетинговых инструментов позволяет постоянно увеличивать свою аудиторию, налаживать с ней доверительные отношения, а, следовательно, обеспечивать необходимый объем продаж товаров и услуг.

Литература

1. Балдин Е., Аковецкая И. Как использовать потенциал Web 2.0 по максимуму // Индустрия рекламы. 2008. 5.
2. Интернет ресурс: <http://www.advesti.ru>

Иллюстрации

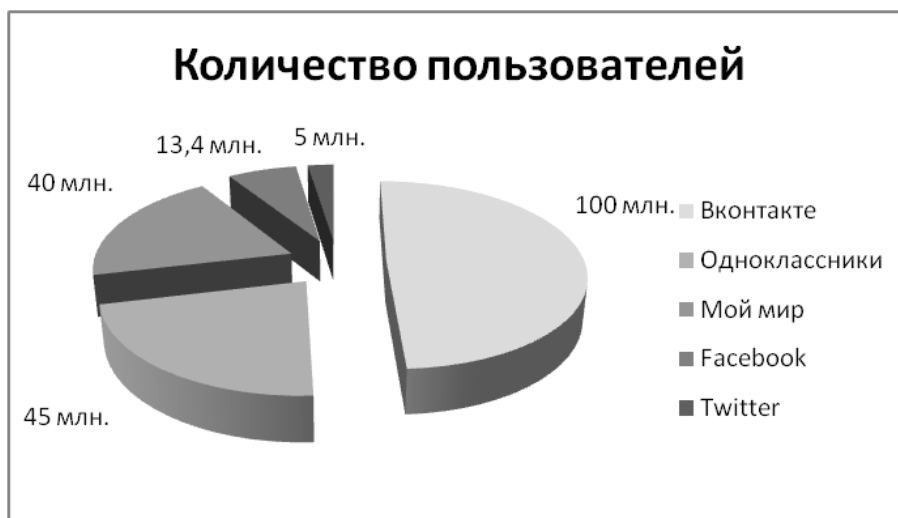


Рис. 1: Доля зарегистрированных людей в социальных сетях в России [2].