

Секция «Связи с общественностью в государственных и общественных структурах»

Исследование технологий социального медиа маркетинге в деятельности учреждений социальной сферы

Научный руководитель – Топка Наталья Борисовна

Кашинцева Виктория Алексеевна

Студент (магистр)

Костромской государственной университет, Кострома, Россия

E-mail: kashinceva98@mail.ru

В современном мире роль интернета стремительно возросла. Интернет позволяет быстро собирать данные о потребителях, изучать привычки и предпочтения постоянно растущей группы людей, которые проводят большую часть своего времени в социальных сетях и, непосредственно, большую часть своего времени проводят онлайн.

Следовательно, вышеизложенное определяет актуальность рассмотрения особенностей использования социальных сетей при продвижении технологий учреждений социальной сферы, поскольку каждому из нас необходимо работать с социальными сетями.

В Костроме существует пример учреждения социальной сферы, которое координирует свою деятельность напрямую через интернет и социальные сети. Мы говорим о областном государственном бюджетном учреждении «Центр социального обслуживания граждан пожилого возраста и инвалидов по г. Костроме».

Основная задача учреждения - это обеспечение доступности, повышение качества услуг, предоставляемых получателем социальных услуг, защита их прав и законных интересов. Благодаря сайту и социальным сетям учреждения достигать цель получается наиболее эффективнее, интернет помогает решить многие задачи.

Выбор области исследования напрямую зависит от актуальности методов и технологий продвижения центра социального обслуживания граждан пожилого возраста и инвалидов по г. Костроме. В результате данного исследования мы выявим наиболее популярные интернет каналы коммуникации среди жителей г. Костромы и разработаем программу для продвижения областного государственного бюджетного учреждения «Центр социального обслуживания граждан пожилого возраста и инвалидов по г. Костроме».

При личном интервью со специалистом по социальной работе в методическом отделении руководителем учреждения было выявлено, что для привлечения аудитории, в основном, используются такие социальные медиа, как «ВКонтакте» и официальный сайт учреждения, но социальное учреждение не имеет плана для дальнейшего продвижения. Именно поэтому нам необходимо создать план по разработке учреждения и установить компетентную связь с будущими потенциальными целевыми группами.

Во время интервью мы определили цели, для которых должно осуществляться продвижение в социальных сетях: увеличить число подписчиков и аудиторию, увеличить охват группы и интернет-сайта. Необходимо сосредоточиться на разработке и технологиях продвижения именно в этих социальных медиа, так как результаты исследования пользуются повышенным спросом среди аудитории.

На основании информации, полученной в результате изучения маркетинговой деятельности центра, мы сформулировали следующие рекомендации: необходимо рассылать приглашения пользователям присоединиться к группе, создать на официальном сайте еженедельную рубрику «Новости недели», проводить опросы на различные темы и создать красивый и привлекательный функционал группы и интернет-сайта.

В начале исследования количество подписчиков в группе составляло около 96 человек. После исполнения наших рекомендаций по продвижению и по настоящее время каждую

неделю группы и интернет-сайт просматривает 2300 активных пользователей и в группе 224 участника, которые прибавляются каждую неделю, что говорит о том, что эти методы реализации действительно работают.

На сегодняшний день необходимо научиться использовать новые сервисы в полном объёме и обратить в свою пользу возможности, которые открывают социальные медиа, чтобы быть готовым к новым тенденциям в общении, потому что за ними будущее.

Источники и литература

- 1) Скотт Д.М. Новые правила маркетинга и PR. Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем / Д.М. Скотт. – Москва. – 349 с.
- 2) Социальная работа с семьей и детьми: учебное пособие / коллектив авторов; под ред. Н.Ф. Басова. – Москва: КНОРУС, 2019
- 3) Социальная работа: учебное пособие для бакалавров /Под ред. Н.Ф. Басова. – 3-е изд. – Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015.