

УДК 339.138

## **РОЛЬ И МЕСТО БРЕНДИНГА В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИЗДАТЕЛЬСТВА**

**© Корнилова В.Д., Гнутова А.А.**

*Самарский национальный исследовательский университет  
имени академика С.П. Королева, г. Самара, Российская Федерация*

e-mail: lera-korn21@mail.ru

С каждым годом цифровое пространство привлекает все большее количество пользователей, поэтому субъекты бизнеса уже не могут игнорировать онлайн каналы коммуникаций. Одним из таких каналов являются социальные сети. Соцсети выступают инструментом привлечения внимания потенциальных покупателей и клиентов, сбыта продукции, повышения интереса к организации и ее информационным ресурсам, формирования имиджа организации, вследствие чего в разы увеличивается узнаваемость бренда [2].

В данном исследовании было рассмотрено издательство «ЭКМО», которое обладает достаточно серьезной системой продвижения в социальных сетях, так как использует для этого сразу несколько платформ, что может послужить примером использования таких онлайн-сервисов для PR-продвижения и подчеркнуть актуальность выбранной темы. Цель исследования заключается в изучении инструментов продвижения PR в социальных сетях издательства, а также в выявлении их эффективности. Структурно-функциональный метод, применяемый в работе, позволил систематизировать теоретические положения, связанные с функционированием бренда. В работе также используется метод контент-анализа, необходимый для построения объективной картины PR-деятельности конкретного издания. Применение этого метода дает возможность осмыслить функционирование приемов PR на наглядном примере.

Издательство «Эксмо» – универсальное издательство № 1 в России, является одним из лидеров книжного рынка Европы. Совокупный тираж изданий «Эксмо-АСТ» без учета электронных книг в 2019 году составил 114 314 342 экземпляра. Каждый год оно выпускает порядка 80 миллионов книг. Авторский портфель издательства насчитывает около 8 000 имен. Среди авторов издательства – Д. Донцова, А. Маринина, Т. Устинова, П. Астахов, О. Рой, В. Соловьев и др.

В официальной группе ВКонтакте (VK) у издательства «Эксмо» на апрель 2023 года насчитывается более 195 тысяч постоянных подписчиков. Группа имеет знак верификации, т.е. сообщество официально подтверждено администрацией VK. Благодаря количественному анализу официальной группы был выявлен ряд некоторых особенностей.

Публикация постов в сообществе издательства во VK происходит путем отложенного постинга. То есть чаще всего посты публикуются в относительно одинаковое время, чаще всего это происходит в 10:15, 12:15, 14:15, 17:15, 19:15 и 22:15. В среднем в день публикуются около 5 постов, т. е. в месяц их примерное количество достигает 150 единиц. Анализ просмотров под постами показал, что их среднее количество у одного поста колеблется в пределах 7,5 тысячи, при этом количество за один месяц общих просмотров под всеми постами достигло количества 1 миллиона 285 тысяч просмотров. Это можно считать довольно положительными показателями.

В своей группе во ВК издательство проводит различные конкурсы и розыгрыши. В апреле-мае 2023 г. одним из таких был розыгрыш, победитель которого сможет получить «бокс для поттеромана». Для этого необходимо совершить подписку на группу сообщества, а также сделать репост данной записи на стену своего аккаунта. Условия данного конкурса показывают нам эффективную PR-деятельность издательства социальной сети во ВК, так как будет происходить рост подписчиков, пользователи, репостнувшие на свои страницы запись о розыгрыше, будут распространять еще большую информацию о сообществе и об издательстве соответственно [1].

На видеохостинге YouTube издательство «Эксмо» имеет свой канал, который не имеет верификации. Число подписчиков на канале насчитывает 17,9 тысячи подписчиков. Канал не имеет такой популярности, как аккаунты на других платформах. Видео на канале достигают около 250 просмотров. За последние полгода на канале было размещено 228 видео (подавляющее большинство – двадцатисекундные видео – обзоры новинок). Тематика видео различна – это обзоры новинок, выпущенных издательством, а также буктрейлеры по различным книгам, именно данные видео с такой тематикой набирают наибольшее количество просмотров [4].

В соответствии с указанной целью были проанализированы и рассмотрены особенности, аспектов использования социальных сетей в PR-деятельности издательства. Каждая соцсеть, которой пользуется издательство для продвижения своей продукции и себя как бренда, сегментирована и направлена на ту аудиторию, которая более всего характерна для определенной социальной платформы. Самой эффективной соцсетью является ВК, так как именно она на сегодняшний момент для данного издательства является мощнейшим инструментом, имеющим влияние на свою аудиторию. Данная социальная сеть формирует определенные вкусы своих подписчиков, новые книгоиздательские традиции и тенденции.

Таким образом, можно отметить, что брендинг в издательском деле активно развивается. В отличие от западных стран, уже имеющих значительный опыт в этом направлении, страны постсоветского пространства разрабатывают собственную практику с учетом социально-экономических реалий своих стран. Многие российские издательства проводят четкую редакционную политику, предлагают продукцию с интересным фирменным стилем и оригинальным, привлекающим внимание названием. А это значит, что конкретные шаги в направлении брендинга уже сделаны.

Исследование вносит теоретический вклад в изучение маркетинговой деятельности издательства. Результаты, полученные в ходе работы, могут представлять практическую значимость для SMM-специалистов и издателей.

#### Библиографический список

1. Издательство «Эксмо» – ВКонтакте. URL: <https://vk.com/eksмо> (дата обращения: 18.03.2023).
2. Крылова Е.В. Использование социальных сетей в PR-деятельности крупнейших издательств России // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. 2011. № 2 (7). С. 111–113.
3. Михеев А.В. PR-деятельность: актуальные направления исследований // Вестник НГТУ им. Р.Е. Алексеева. Серия: управление в социальных системах. Коммуникативные технологии. 2016. № 4. С. 81–85.
4. «Эксмо» – Издательская группа № 1 в России // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/channel/UC8SbB7ABf31WG9i6OU93TRw> (дата обращения: 18.03.2023).