

LXX Молодёжная научная конференция
метилимидазола) с различными *N,O*-нуклеофилами. Показано, что реакции с участием оксалилди(2-метилимидазола) носят необратимый характер вследствие уменьшения значений энергии Гиббса и энтальпии у продуктов реакции по сравнению с реагентами.

УДК 659.1

ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПЕРВОЙ СНИКЕР-ХИМЧИСТКИ «SOLE FRESH»

М. Р. Хайруллин¹

Научный руководитель: Н. А. Чернявская, к.ф.н., доцент

Ключевые слова: продвижение, реклама, сникер-химчистка

Цель работы – характеристика инструментов продвижения открытого нами филиала первой сникер-химчистки «Sole Fresh» в Самаре. Это компания, которая предоставляет ряд основных услуг (чистка, реставрация, ремонт) для всех типов обуви и аксессуаров.

Нами разработан и успешно применяется комплекс мер по продвижению компании. Приоритетными каналами продвижения являются две социальные сети: Инстаграмм и Вконтакте. Основной инструмент привлечения клиентов – таргетированная реклама. Мы настраиваем такую рекламу через «Facebook Business». В настройках указываем возраст целевой аудитории (20-35 лет) и ее интересы (хип-хоп мода, кеды, хипстеры, сникеры (обувь), уличная мода, скейтерская обувь). Раз в два дня размещаем публикации об услугах, процессе чистки с демонстрацией качества отреставрированной обуви по принципу «до / после». В рекламных сообщениях мы ориентируемся на типичные проблемы наших клиентов: закинули обувь в стиральную машину; промочили обувь, и появился неприятный запах; пожелтела подошва и др. На сайте, созданном на платформе «Тильда», есть необходимая информация о компании и можно быстро оформить заказ.

Вконтакте наибольшей популярностью пользуются Лид магниты. С помощью Лид магнита мы создали автоворонку. Потенциальный клиент кликает на виджет с выгодным предложением и сразу оформляет подписку на отправку ему рекламных сообщений через бота.

Одним из элементов продвижения является участие в публичных мероприятиях. Мы сотрудничаем с «Продленкой», ребята занимаются организацией вечеринок с современной музыкой в стиле хип-хоп. Наш логотип присутствует на нескольких афишах «Продленки». Тем самым

¹ Марат Ришатович Хайруллин, студент группы 5201-420301D,
email: marat_khayrullin_00@mail.ru

LXX Молодёжная научная конференция

мы повышаем узнаваемость бренда и расширяем нашу целевую аудиторию.

Об эффективности нашей деятельности можно судить, исходя из результатов последней рекламной компании, которая проводилась с 15 по 21 апреля. Охват: 33 113 человек; посещение профиля в Инстаграмм: 236 человек; прирост подписчиков: несколько десятков человек.

Полагаем, что проводимую нами рекламную компанию можно считать удачной.

УДК 331.1

ИНДЕКС СЧАСТЬЯ В СИСТЕМЕ ОРГАНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ

Е. А. Халтурина¹

Научный руководитель: А. Г. Савин, к.э.н., доцент

Ключевые слова: индекс счастья, применение индекса в организации управления, формула подсчета.

В 2006 году появилось такое понятие как «Международный индекс счастья», он основывается на общих утилитарных принципах, что большинство людей хотят прожить долгую и полноценную жизнь.

Анализируя методы вычисления индекса счастья, мной была разработана формула его подсчета в системе организации управления. Его уникальность заключается в том, что он достаточно широк в применении и может быть использован, например, в банковском секторе, в промышленных компаниях.

Формула подсчета индекса счастья в системе организации управления:

$$ИС = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$
, где n – количество вопросов, x_i – количество баллов на i -ый вопрос (от 1 (минимально) до 10 (максимально)).

i	ВОПРОС	x_i
1	Безопасность Вас и Вашей семьи	
2	Отношения в семье	
3	Материальное положение	
4	Возможность достижения целей на работе	
5	Социальный статус	

¹ Екатерина Александровна Халтурина, студентка группы 7250-380305D, email: halturina.catherine@yandex.ru