

УДК 338

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА

Кузнецова М. А., Буздыга С. А., Савин А. Г.

Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С. П. Королёва, г. Самара

Социальные сети – мощнейший инструмент для продвижения товаров и услуг. Помимо общения и возможности делиться медиафайлами, социальные потоки представляют собой отличную рекламную площадку, при умелом размещении на которой, можно достичь потрясающих результатов при продвижении товаров и услуг на рынках. Продвижение в социальных сетях хорошо тем, что оно даёт нам уникальные возможности по сегментации базы пользователей, поэтому мы можем рекламировать там, где это действительно купят и оценят по достоинству.

По количеству «пишущих» российских авторов лидирует ВКонтакте – 18,8 млн. уникальных авторов. У следующего на втором месте Instagram – невероятные темпы роста, в декабре в этой сети зафиксировано 10,6 млн. авторов, практически в 5 раз больше, чем весной 2015г. Третье место – Twitter – число активных авторов здесь продолжает снижаться, в декабре зафиксировано чуть более 1 млн. чел. [1]

Для нашего анализа мы выбрали 4 наиболее известные социальные сети: Instagram, ВКонтакте, Facebook, Twitter.

Плюсы продвижения бренда в Instagram: данную сеть люди используют на ходу с помощью мобильных гаджетов, ядром аудитории является молодежь в возрасте от 18 до 29 лет, визуальный контент воспринимается людьми во много раз быстрее.

ВКонтакте: имеется большая конкуренция во всех тематиках групп. Поэтому для коммерческих целей данный ресурс подходит, если эти услуги или товары связаны с интересами молодого поколения. Больше всего эта площадка подходит для заработка на рекламе, потому что интерес рекламодателей к этому ресурсу высокий.

Facebook: входит в пятерку наиболее посещаемых веб-сайтов мира. Раскрутка организации в данной сети станет не только эффективным способом привлечения потенциальных клиентов на собственный сайт, но и удачной возможностью найти новых партнеров по бизнесу. Большая часть пользователей здесь — взрослые люди с высшим образованием и стабильным уровнем заработка, в отличие от молодой аудитории ВКонтакте.

Twitter: В отличие от Facebook, который вряд ли позволит вам достичь нужного числа пользователей без дополнительных вложений, Twitter - абсолютно бесплатный инструмент. Пост в Facebook может ожидать отклика несколько дней; что касается Twitter, 92% взаимодействия с новым твитом происходит в течение первого часа.

Таким образом, проведя SWOT-анализ социальных сетей, мы пришли к выводу, что наиболее подходящая социальная сеть для продвижения бренда на современном этапе является Instagram.

Библиографический список

1. Статистика использования социальных медиа в 2015 году [Электронный документ] - Режим доступа: <https://te-st.ru/2015/12/17/social-media-2015-2/>