

специалистов, но и повышает уровень конкурентоспособности экономики страны и предприятий.

А.Е Карпенко, Е.Л. Борцова

Российский государственный профессионально - педагогический университет

МАРКЕТИНГ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ

На сегодняшний день Россия занимает первое место в Европе по популярности социальных сетей. Размер аудитории социальных сетей вплотную приблизился к аудитории поисковиков. Резкий рост социальных сетей стимулирует развитие такого направления как SMM Social Media Marketing (продвижение в социальных сетях). Маркетинг в социальных сетях – явление сравнительно молодое и, поэтому в нем пока отсутствуют общие стандарты. SMM – длительный процесс, требующий серьезных усилий: поиск площадок, написание анонсов, переговоры с владельцами ресурсов, формирование репутации в сообществе. Маркетинг в социальных сетях расширяет рекламные возможности бизнеса, выводя взаимодействие с аудиторией на принципиально новый уровень. Теперь можно общаться с потребителями, получать от них информацию, контактировать с ними и создавать социум вокруг своего бизнеса.

Маркетинг в социальных сетях может быть не только частью рекламной стратегии, но и базовым методом продвижения компании. К основным методам продвижения в социальных сетях относятся:

- подбор социальных медиа, участвующих в кампании;
- создание новых социальных медиа (блоги, форумы, группы в социальных сетях, электронные СМИ и т.п.);
- формирование и наращивание аудитории вокруг предмета рекламы в форумах;
- создание регулярного потока интересной информации о предмете;
- обеспечение постоянного и живого общения с аудиторией.

К безусловным преимуществам SMM можно отнести следующее:

- доверие. Всех утомила навязчивая и раздражающая реклама. SMM – возможность управлять рекомендациями и мнениями;
- таргетинг и охват. Возможность выбора целевой аудитории с любой степенью точности;
- цена. Относительно низкая стоимость рекламного контакта (в разы дешевле рекламы на ТВ, в прессе и стандартной медиа в Интернет).