

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ БИЗНЕСА

Свищёва Н.С., Кобелева Т.А.

*Национальный технический университет
«Харьковский политехнический институт», г. Харьков*

В современном мире появляется все больше и больше новых инструментов маркетинга, в частности email-рассылка, социальные сети, интернет-аукционы, электронная коммерция. Рассмотрим подробнее такой инструмент продвижения бизнеса как социальные сети.

Социальная сеть — платформа, онлайн-сервис или веб-сайт, предназначенный для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений в Интернете, то есть для знакомства и общения. Для бизнеса в Украине чаще всего используют такие площадки: Вконтакте, Youtube, Facebook, Instagram. Менее популярны: Одноклассники, LinkedIn, Twitter, Periscope.

Продвижение в социальных сетях имеет ряд преимуществ: не требует больших финансовых вложений, направлено на создание имиджа компании и построение долгосрочных отношений с клиентами, мгновенная связь с потребителями (получение отзывов, проведение опросов и т.п.), широкий охват целевой аудитории без привязки к месторасположению.

Перед началом работы в социальных сетях необходимо провести анализ рынка, что едино для всех инструментов маркетинга: определить целевую аудиторию, ее проблемы и потребности, на основе этого разработать маркетинговую стратегию продвижения товара или услуги. Такая стратегия чаще всего направлена на формирование тематик и форм подачи контента, то есть того, что будет публиковаться на странице компании в социальной сети.

После выбора критериев позиционирования продукта (компании) приступают к созданию страницы сообщества в социальной сети. Страница компании (группа) в социальной сети должна отвечать ряду требований: иметь релевантное название, краткое описание деятельности, информацию о предоставляемых товарах и услугах, контактную информацию.

Взаимодействие с потенциальными потребителями происходит ежедневно: человек с целевой потребностью (отвечающей тематике бизнеса) вступает в группу, получает необходимый и полезный контент, убеждается, что именно данная компания сможет лучше всего удовлетворить его потребность. Далее следует процесс покупки. Также в социальных сетях очень просто подтолкнуть человека к повторной покупке, постоянное напоминание о потребности способствует этому.

Таким образом, социальные сети – один из современных инструментов для продвижения бизнеса: требует небольших ресурсов, поддерживает и повышает спрос, формирует имидж фирмы.