

М. Фридман

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

В настоящее время актуальность социальных сетей стремительно растет. Потребность людей в получении новой информации заставляет их регистрироваться на различных социальных площадках. Ритм жизни современного человека не дает возможности на долгий поиск товаров и услуг в режиме настоящего времени, потому поиск нужных товаров на сайтах социальных платформ с каждым годом набирает свою популярность, вытесняя остальные информационные источники. Компании прибегают к использованию социальных платформ для повышения узнаваемости бренда и увеличения продаж. Social Media Marketing, или SMM, – это самостоятельное направление интернет-маркетинга, охватывающее полный спектр задач и целей в сфере продвижения в социальных сетях. Компании малого и среднего бизнеса обращаются к социальным сетям как к одному из самых эффективных

инструментов интернет-маркетинга. Инструменты социального маркетинга позволяют не только увеличить количество продаж, а также и заработать доверие среди определенной целевой аудитории.

Согласно проведенным исследованиям, потребители с недоверием относятся к брендам, о которых им мало что известно, поэтому ведение текстового блога в сети, где рассказывается о жизни компании, способствует повышению уверенности в бренде. Также в ходе исследования было выявлено, что потребители уделяют большое внимание контенту, публикуемому на социальных платформах. Так, например, введение социальных рубрик на официальных аккаунтах бренда в социальных сетях показывает, что компания не остается в стороне от значимых проблем, тем самым увеличивает свою аудиторию среди людей, которым интересны рассматриваемые темы.

Одним из наиболее бюджетных вариантов для компаний является вирусный маркетинг. Информация благодаря вирусному маркетингу распространяется с большой скоростью не только в социальных сетях, но и на различных видеохостингах. Формируется лояльная аудитория, которая с доверием воспринимает рекламу, так как она получена от друзей или знакомых. Исходя из вышеизложенного, социальные платформы являются эффективным источником продвижения товаров и услуг. Несмотря на то, что использование инструментов интернет-маркетинга достаточно новое направление и люди всё еще с недоверием относятся к покупкам онлайн, социальные площадки позволяют компаниям и брендам повысить узнаваемость среди большего количества потенциальных покупателей.

При правильно выстроенной стратегии продвижения в Интернете компании не только привлекают покупателей, но и увеличивают количество продаж, а также дают людям возможность чувствовать себя частью компании.