

**СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ
В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ МИКРОБНЫХ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ**

Представляемая работа выполняется в рамках сотрудничества с организацией-заказчиком кадров – Институтом микробиологии Национальной академии наук РБ. Институт микробиологии занимается производством микробных препаратов, широко используемых в сельском хозяйстве. Одним из каналов для продвижения микробных препаратов являются социальные сети, поэтому целью нашего сотрудничества является разработка стратегий продвижения продукции Института микробиологии в сети Инстаграм.

Социальные сети предлагают широкий спектр инструментов и возможностей для развития бизнеса, а работающие стратегии развития и построения бренда обеспечивают новые возможности сотрудничества с другими брендами, продвижения собственных продуктов и успешного нетворкинга.

Бренд имеет важное значение для маркетинга, так как помогает создать узнаваемость и доверие. Хорошо узнаваемые бренды ассоциируются с определенными качествами, ценностями и стилем жизни. Бренд объединяет материальные и нематериальные свойства продукта или услуги и формирует их индивидуальность с аналогичными объектами конкурентов. Создание и управление брендом включает в себя разработку стратегии брендинга, определение целевой аудитории, уникальное позиционирование на рынке, коммуникацию с клиентами и поддержание сильного имиджа. Одной из стратегий брендинга является развитие персонального бренда представителя организации. Целью развития личного бренда обычно является коммерческая выгода для бизнеса, например, увеличение популярности бизнеса за счет известности его представителя.

Онлайн-платформы предоставляют возможность широкой аудитории узнать о бренде и его ценностях. Они позволяют создавать и поддерживать контент, взаимодействовать с аудиторией, делиться знаниями и опытом, а также строить профессиональные связи. Электронные платформы также обеспечивают доступ к аналитике и статистике, что позволяет отслеживать эффективность продвижения бренда и вносить корректировки в стратегию. Таким образом, электронные платформы предоставляют мощный инструмент для развития и продвижения бренда в современном цифровом мире при условии стратегического планирования при продвижении продуктов, создания контент-плана и отслеживания отклика аудитории.