

ОПРЕДЕЛЕНИЕ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНОГО СПОСОБА РЕКЛАМЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Неверова А.П., Ромашко И.А.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники,
г. Минск, Республика Беларусь*

Карнович Е.Б. – ст. преподаватель

Аннотация: Исследование проведено с целью определения наиболее эффективного способа рекламы мероприятий, проводимых культурно-массовым сектором факультета компьютерного проектирования БГУИР. Полученные результаты позволили сделать выводы и сформулировать рекомендации по улучшению продвижения мероприятий в студенческой среде.

Ключевые слова. коммуникация, социальные сети, эффективность рекламы.

Введение. Социальные сети сегодня являются не просто средством коммуникации между людьми. На сегодняшний момент это огромная площадка с большим выбором возможностей использования. Одним из таких наиболее популярных направлений, в которых социальные сети являются неотъемлемой частью функционирования, является реклама.

Основная часть. В нашем исследовании были ограничения по выбору социальных сетей, т.к. официальные аккаунты культурно-массового сектора представлены только в Вконтакте и Инстаграм.

Наиболее эффективным способом рекламы является реклама в социальной сети Вконтакте. Это подтверждается количеством просмотров рекламы мероприятия. В Вконтакте в формате поста и в Инстаграм в формате истории (функция, с помощью которой можно выкладывать фотографии и короткие видеоролики, длиной в 15-секунд.). По количеству просмотров мы можем судить об охвате аудитории, до которой дошла информация о мероприятиях. Для сравнительной характеристики мы составили диаграмму охвата аудитории для каждого исследуемого мероприятия (рисунок 1).

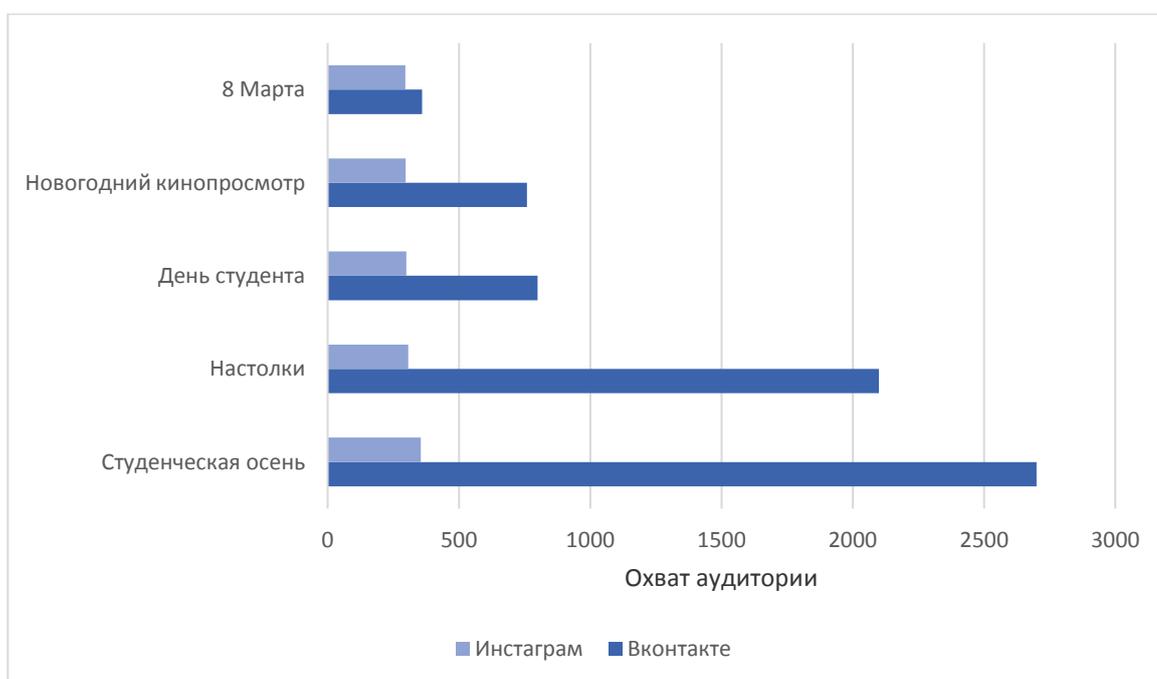


Рисунок 1 – Количество охваченной аудитории в социальных сетях Вконтакте и Инстаграм

По результатам наблюдения можно сделать вывод о том, что большая часть рекламы обладает эффективностью ниже средней. Критерием эффективности рекламы выступает количество людей, узнавших о мероприятии. Лишь две рекламы преодолели черту выше среднего. Причём, обе этих рекламы – посты в социальной сети Вконтакте. Самой низкой эффективностью обладает реклама, опубликованная в виде истории в Инстаграм.

Результаты обработки данных, полученных в ходе наблюдения, показывают, что реклама в социальной сети Вконтакте обладает большей эффективностью. Однако в связи с тем, что реклама в социальной сети Вконтакте не ограничена по времени, как реклама в Инстаграм (история) и возможность зафиксировать количество просмотров за одинаковый промежуток времени отсутствует, были необходимы дополнительные методы исследования, чтобы удостовериться в полученных результатах.

Для подтверждения результатов, полученных в ходе наблюдения, нами был проведен опрос, с целью определить, какая из социальных сетей пользуется большей популярностью, а также, в какой из социальных сетей опрошенные чаще встречают рекламу мероприятий.

Генеральную совокупность опроса составили 459 человек. Выборка составляла 113 человек, что позволяет утверждать о точности, равной 95%. В результате опроса 75% опрошенных предпочитают социальную сеть Вконтакте, 82% встречают рекламу мероприятий в Вконтакте, 54% подписаны на группу студсовета в Вконтакте. Как видно из результатов опроса, реклама мероприятий в социальной сети Вконтакте имеет больший охват студентов.

Говоря о социальных сетях, нельзя не упомянуть о такой площадке, как TikTok. Самым загружаемым приложением как в *Apple App Store*, так и в *Google Play Store* в июле 2020 года стало TikTok, которое возглавило общий рейтинг самых популярных приложений в мире. За месяц суммарно только это приложение скачали более 65 млн раз (рисунок 2). Исходя из данной информации, можно предположить, что создание и последующее развитие аккаунта в этой социальной сети будет благоприятно влиять на эффективность рекламы мероприятий [1].

Заключение. В ходе исследования нами сделаны следующие выводы: Реклама в социальной сети Вконтакте является наиболее эффективным способом рекламы мероприятий, проводимых культурно-массовым сектором ФКП. Необходимо развивать аккаунты и на других популярных площадках, например, *TikTok*.

Список использованной литературы:

1. TikTok пока лидирует в мире, но конкуренты стремительно набирают популярность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ixbt.com/news/2020/08/07/tiktok-poka-lidruet-v-mire-no-konkurenty-stremitelno-nabirajut-populjarnost-.html>

UDC 659.1:004.738.5

DETERMINING THE MOST EFFECTIVE WAY OF ADVERTISING ON SOCIAL MEDIA

Neverova A.P., Romashko I.A

Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics, Minsk, Republic of Belarus

Karpovich E.B. - Senior Lecturer

Annotation. The work was carried out in order to determine the most effective way to advertise events held by the cultural sector of the Faculty of Computer Design of BSUIR. The results obtained made it possible to draw conclusions and formulate recommendations for improving the promotion of events in the student environment.

Keywords. communication, social networks, advertising efficiency.