

44. ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ ИЛИ УСЛУГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Богданович А. В., Терещук Я. А., Достанко Д. Д.

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

Насонова И.В. – канд. экон. наук

Аннотация. В данной работе рассмотрен вопрос использования социальных сетей, как инструмента продвижения товаров или услуг. Определены основные достоинства и недостатки маркетинга в социальных сетях. Представлены и проанализированы инструменты продвижения и их эффективность в привлечении целевой аудитории.

В современном мире одним из самых эффективных каналов поиска целевой аудитории выступают социальные сети. SMM (Social Media Marketing) - широко используемый инструмент для продвижения товаров или услуг. Социальные сети сегодня целесообразно использовать для продвижения товаров или услуг. Миллионы пользователей по всему миру активно используют социальные сети для общения, получения информации, поиска товаров и услуг и совершения покупок. В данной научной работе рассмотрим ключевые аспекты продвижения товаров или услуг в социальных сетях, а также лучшие практики и инструменты для достижения целей.

По состоянию на октябрь 2022 года во всём мире насчитывается около 4.74 млрд активных пользователей социальных сетей, что составляет почти 59.3% от всего населения планеты. Как минимум 190 млн человек стали пользователями социальных сетей за последний год. Ожидается, что объём рынка влиятельного маркетинга вырастет до 17.4 млрд в 2023 году [1].

К преимуществам продвижения в социальных сетях можно отнести:

- рост узнаваемости бренда;
- увеличение продаж;
- расширение клиентской базы;
- быстрое обозначение основной целевой аудитории;
- возможность коммуникации с клиентами, получения дополнительной информации об их потребностях.

Основной проблемой маркетинга в социальных сетях является борьба за выживание в условиях информационного шума. Для того, чтобы потенциальный клиент увидел и ознакомился с вашим предложением, необходимо создавать максимально качественный контент, существенно выделяющийся на фоне других.

Прежде чем начинать продвижение в социальных сетях, необходимо понимать, кто потенциально может быть заинтересован в вашем товаре или услуге. Определите возрастную категорию, пол, уровень образования, интересы и поведение в социальных сетях. Исходя из этой информации можно разработать стратегию продвижения.

Создание контента является одним из ключевых элементов продвижения в социальных сетях. Контент должен быть интересным и полезным для вашей целевой аудитории. Например, можно создавать статьи, фото- и видеоматериалы, промо-акции и т.д. Распространение контента можно осуществлять через различные социальные сети, например: Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn и т.д.

Тема таргетированной рекламы довольно широка, некоторые аспекты мы сами анализируем уже многие годы. Алгоритмы браузера и социальных сетей работают очень быстро и довольно интересно. Описать это можно так: как только вы начнете искать что-то в браузере со своего аккаунта, нужная реклама тут же вас найдет в любом удобном для нее месте, в нашем случае: в Instagram.

Реклама в социальных сетях является одним из наиболее эффективных способов продвижения товаров или услуг. Существует несколько типов рекламы: таргетированная реклама, реклама в новостной ленте, реклама через инфлюэнсеров и т.д. Важно правильно настроить параметры таргетинга, выбрать формат рекламы и правильно оформить рекламное сообщение.

Инфлюэнсеры - это пользователи социальных сетей, которые имеют большое количество подписчиков. Сотрудничество с инфлюэнсерами может помочь в продвижении товаров или услуг, увеличении узнаваемости бренда и установлении доверительных отношений с аудиторией.

Продвижение товаров или услуг в социальных сетях является сегодня одним из наиболее эффективных способов достижения успеха в бизнесе. Однако, для того чтобы достигнуть

59-я Научная Конференция Аспирантов, Магистрантов и Студентов БГУИР, Минск, 2023

результата необходимо правильно определить целевую аудиторию, создать интересный контент, использовать инструменты таргетинга и рекламы, а также установить доверительные отношения с аудиторией. Следуя этим принципам, можно добиться успешных результатов в продвижении товаров или услуг в социальных сетях, обеспечивая повышение доходности бизнеса.

Список использованных источников:

1. We are social [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/>. – Дата доступа: 30.03.2023.