

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО МЕДИА МАРКЕТИНГА В Г. КРАСНОЯРСКЕ

К.А. Черкашина

научный руководитель ст. преподаватель О.С. Веремеенко

Торгово-экономический институт СФУ

Интернет открывает все новые и новые возможности для развития бизнеса, и в наше время особенной популярностью пользуются социальные медиа.

Понятие «социальные медиа» объединяет в себе различные виды Интернет-ресурсов, предназначенных для обмена информационными сообщениями между пользователями. К социальным медиа относятся социальные сети (Вконтакте, Одноклассники), блоги, микроблоги, Wikipedia, видеохостинги (Youtube) и другие ресурсы, характеризующиеся наличием сообщества пользователей и их взаимодействием вокруг определенного вида контента. Эти ресурсы собирают многомиллионную аудиторию пользователей, все больше времени проводящую в он-лайн среде [1].

Социальные медиа сегодня позволяют компаниям выстраивать долгосрочные отношения со своими потребителями, формировать их лояльность, управлять репутацией компании, повышать продажи и решать многие другие задачи развития бизнеса[5]. Маркетинг в социальных сетях (SMM) включает в себя множество методов работы(рисунок 1)

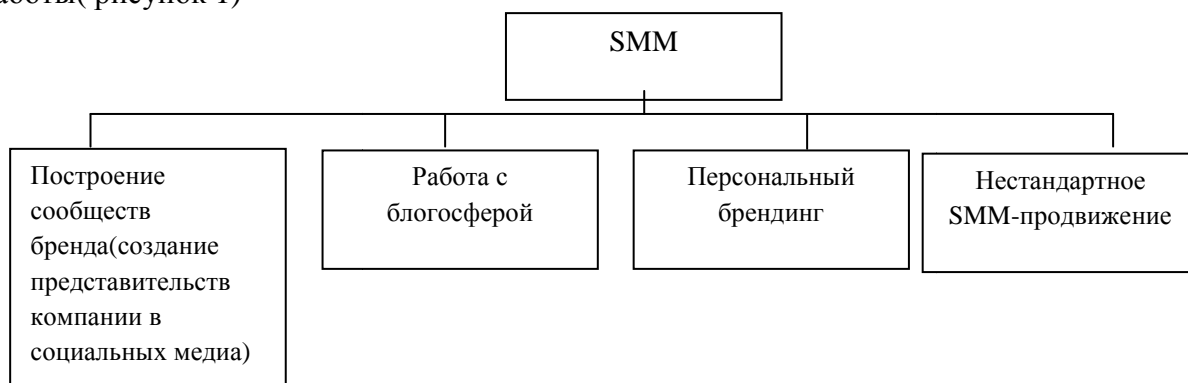


Рисунок 1 – Основные методы работы SMM [2]

Обратимся к исследованиям агентства PRT за январь 2014 г. Согласно исследованию, более чем три четверти опрошенных россиян считают себя активными пользователями социальных сетей (рисунок 2), то есть проверяют свой аккаунт не менее одного раза в день.

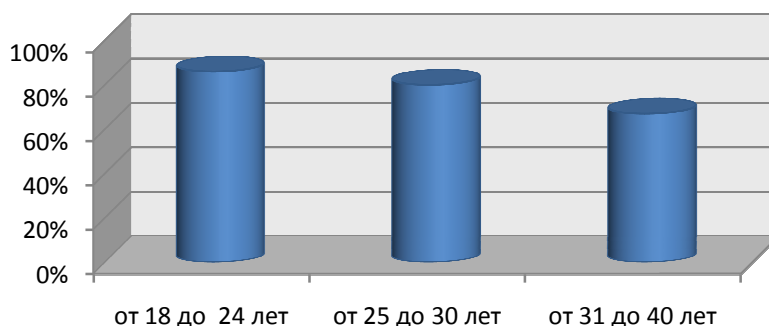


Рисунок 2 -Процент активных пользователей социальных сетей в России в зависимости от возраста, по состоянию на февраль 2014г.

В России женщины пользуются социальными сетями активнее мужчин: более 80% опрошенных женщин ответили, что регулярно выходят в социальные сети; среди мужчин таких пользователей только 70%. Практически у всех респондентов есть аккаунт в сети «ВКонтакте», а больше половины пользуются Facebook, «Одноклассниками» и YouTube. [3]

Таблица 1- Популярность социальных сетей в России, данные за февраль 2014 г.,%

	Москва	Санкт-Петербург	Новосибирск	Красноярск
ВКонтакте	85	95	89	85
Facebook	56	49	39	45
Одноклассники	53	21	59	55
YouTube	46	50	46	53
Мой Мир@mail.ru	32	25	25	48
Twitter	21	22	21	20
Instagram	17	24	18	8
Google Plus	12	10	11	15

Как показал опрос, в г. Красноярске наиболее популярны такие социальные сети как: ВКонтакте, Одноклассники и Youtube, а такие, известные во всем мире, социальные сети как :Facebook, Twitter и Instagram Красноярцы предпочитают в наименьшей степени.

Наибольший процент аудитории охватывает такая социальная сеть как ВКонтакте, следует- это соц. сеть является наиболее привлекательной для продвижения компании. В 2014 г. ВКонтакте открылась рекламная биржа. По словам создателя П. Дурова: «Новая рекламная платформа предоставляет рекламодателям простой и прозрачный доступ к тысячам сообществ «ВКонтакте» для размещения рекламных записей.». Помимо инструментов управления записями и подбора сообществ, рекламодателю предоставляется расширенная статистика для расчета эффективности рекламных кампаний.[4]

Фактически это означает, что биржа позволяет будущим рекламодателям знакомиться со статистикой сообществ: численностью, половозрастным соотношением, географическим положением.

Данной рекламной платформой активно пользуются предприятия города. Размещение рекламы в популярных пабликах г.Красноярска с аудиторией более 10 000 позволит повысить ее узнаваемость, узнаваемость товара или услуги , которые предлагает предприятие. По данным статистики ВКонтакте, каждый пятый красноярец подписан на группу имеющую в названии упоминания г. Красноярск , это означает что реклама в данном сообществе или постоставленный в данной группе не останется незамеченным и принесет желаемых эффект.

По данным поиск сообществ ВКонтакте,самыми активными и популярными являются ,паблики представленные в таблице 2:

Таблица 2- Популярные пабликиВКонтакте среди пользователей г. Красноярска по состоянию на февраль 2014 г.

Название сообщества	Число подписчиков
« Я живу [В] Красноярске»	140 000
«Наш город –Красноярск»	36 000
«Проспект мира»	30 000

Активно SMM продвижением в Красноярске занимаются компании по доставке суши (« Оригами», «Цунами», «Фудзи» и т.д.) - большой процент постов в

паблике « Я живу [В] Красноярске» занимают посты именно от данных фирм, так же в данном паблике размещаются посты от : тур фирм, свадебных клубов, салонов красоты, фото –салонов, баров, ресторанов и т.д., но они занимают наименьший процент.(рисунок 3)

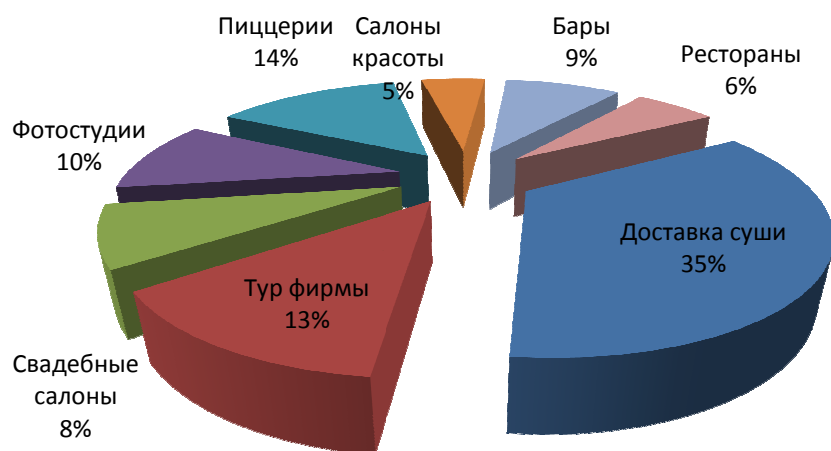


Рисунок 3- Доля постов фирм г. Красноярска в паблике « Я живу [В] Красноярске»по состоянию на февраль 2014 г.

Обычно пост включает в себя такой SMM элемент как- конкурс. Компании г. Красноярска активно пользуются именно данным элементом т.к. он является наиболее эффективным.(таблица 3)

Таблица 3- Эффективность SMMэлементов, наиболее часто используемыми фирмами г. Красноярска

Элемент SMM продвижения	Эффективность
Конкурс	-повышении узнаваемости фирмы, -увеличение подписчиков на страничку(группу) фирмы, при минимуме затрат(1 конкурс = 1100 новым подписчикам)
Аукцион	-распространение информации о товаре -привлечение подписчиков
Фото-голосование	-активизируется участие подписчиков в жизни паблика
Новостная лента	-повышение осведомленности подписчиков о фирме

Далее активность странички зависит от SMM специалиста, группа не должна застаиваться, обновление – важный показатель продвижения, информация о ближайших акциях ,красивые фотографии, приятные пожелания подписчикам(в связи с праздниками), интересные истории, ответы на вопросы подписчиков, все это не должно оставаться в стороне. Так как основным принципом действия SMM является пробуждение интереса пользователя к продвигаемому товару и побуждения в нем желания передать эту информацию другому человеку именно поэтому группа должна быть интересной.

Основными отличительными элементами SMM продвижения от основных маркетинговых элементов являются то, что оно несет в себе для такие выгоды как: (таблица 4.)

Таблица 4- Основные выгоды SMM продвижения для фирм г.Красноярска

	Выгоды SMM продвижения:
1	Привлечение целевой аудитории на сайт. Группы и сообщества в социальных сетях будут читать только те пользователи, которым действительно интересна тематика блога или сайта, а значит - фирма получит постоянный трафик на ресурс с минимальными затратами.
2	Можно узнать о предпочтениях потенциальных или уже существующих клиентов, а также достоинствах и недостатках вашего сайта.
3	Расходы на рекламу в социальных сетях необходимы только в первые месяцы «жизни» группы или сообщества (зависит от правил каждой конкретной социальной сети).
4	Узнаваемость сайта или бренда. Раскрутка группы или паблика в социальной сети дает больше гарантий, что сайт фирмы увидят и заметят.
5	Продвигая группы интересными материалами в социальных сетях, обеспечивается быстрый результат в продвижении и образование постоянного пользовательского ядром .

Подводя итог можно сказать что в г. Красноярске SMM находится на стадии интенсивного развития, в основном медиа продвижением занимаются предприятия малого бизнеса используя такую социальную сеть как «ВКонтакте». Аудитория пользователей города Красноярска положительно расположена к продвижению в социальных сетях активно пользуясь данным ресурсом.

Библиографический список

1. «Маркетинг в социальных сетях»[Электронный ресурс].-Режим доступа:<http://www.paprikapromo.ru>
2. «Westseo» [Электронный ресурс].-Режим доступа:<http://www.westseo.ru>
3. « Исследование социальных медиа в России»[Электронный ресурс].-Режим доступа:<http://www.cossa.ru>
4. « Открытие рекламной биржи «ВКонтакте»»[Электронный ресурс].-Режим доступа:<http://www.siliconrus.com/2013/11/vk-birzha>
5. «Sosiate»[Электронный ресурс].-Режим доступа:<http://www.Sosiate.ru>