

МЕХАНИЗМ ПРОДВИЖЕНИЯ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ FACEBOOK

Кравченко Р.А., Ткач А.В.

Научный руководитель - доц. каф. «Маркетинга», канд. экон. наук Чукурна Е.П.

Развитие информационных технологий способствует популяризации Интернета, как средства продвижения товаров, работ, услуг и идей. Одним из инструментов, который широко используется, как средство продвижения, являются социальные сети. Одна из самых популярных социальных сетей в мире – это "Facebook". Сегодня у любого предпринимателя или физического лица есть возможность популяризовать свой бизнес, с помощью возможностей, которые предоставляет продвижение товаров и услуг в социальной сети "Facebook". В технологии продвижения с помощью социальных сетей большое значение имеет целевая аудитория, которая является их пользователем. Относительно сети "Facebook", был сделан вывод, что для продвижения массовых и недорогих товаров, этот ресурс не подходит. Целевая аудитория социальной сети "Facebook" – это покупатели товаров престижного спроса или покупатели, которые ценят качественные товары и услуги. Сегмент "Эконом класса" – это покупатели массовых недорогих товаров, которые лучше продвигаются через социальную сеть "ВКонтакте".

Продвижение в "Facebook" может осуществляться различными способами, наиболее удобным и применяемым из которых, является продвижение публичной страницы в данной социальной сети. Рассмотрим основные возможности, которые применяют для популяризации своей компании в социальной сети "Facebook". Существует универсальный алгоритм продвижения и продаж в сети "Facebook", который реализуется в следующих этапах:

1. Создание страницы. Этот этап предусматривает заливку информации о компании, выбор которой зависит от целей продвижения и маркетинговой стратегии предприятия в Интернете. Обязательной является общая информации о компании, история ее создания, фотографии о ее событиях и результатах деятельности.

2. Оформление страницы и добавление элементов, которые ее продвигают. На этом этапе основное значение имеет оформление страницы. На публичной странице должна быть только целевая информация, которая направлена на определенный сегмент. Основное значение имеют инструменты, которые продвигают компанию и ее страницу в сети "Facebook", к которым относят следующие: элементы, вызывающие доверие; элементы, пробуждающие интерес; элементы, стимулирующие к действию.

3. Третий этап механизма продвижения связан с наполнением контента (часть из которого является продающим).

4. Выбор вида контента: Анонс продукта; Присоединение к трендам или селебрити – известная личность; Подборки (самые републикуемые) – 50 лучших..., 10 трендов; Конкурсы; Новые компании(новинки); Мастер-классы по тематике страницы.

5. Пятый этап связан с привлечением аудитории.

6. Сделать продажи.

Рассмотрим механизм работы страницы в социальной сети "Facebook". Страницы работают за счет увеличения количества пользователей, которые поставили отметку «мне нравится», а дальше, остальную работу делает "Facebook". Это происходит следующим образом. Самый активный пост "Facebook", который опубликован и высветился в ленте новостей (например, залайканный и многочисленно прокомментированный, но в этом случае, так эффективно работает оплачиваемая реклама). В это случае, "Facebook" концертирует внимание на такие посты, репосты и ищет похожие по тематике поста запросы и расширяет аудиторию обзора. Число поклонников страницы ограничивается при этом лишь числом заинтересованных.

Понравившиеся страницы отображаются в профилях участников, а также в новостях в френдленте. Так постепенно растет число пользователей, которые заинтересованы в компании, которая продвигается. Существуют вирусные механизмы продвижения в "Facebook", которые стимулируют увеличение поклонников страницы. При этом очень важно уделять повышенное внимание информации, размещаемой на странице, ведь от того, насколько она интересна, зависит то, скольким пользователям она понравится. То же самое происходит и с новостями страницы, которые должны представлять реальный интерес, чтобы фанаты страницы захотели поделиться ими с друзьями. Именно поэтому продвижение в социальной сети "Facebook", зависит по большей части не от реализации технических решений, а от значимости и информативности содержания поста. В данном случае, это работа маркетолога.

Кроме этого, можно использовать рекламную кампанию в сети "Facebook", в частности, таргетированную рекламу, которая может быть направлена только на целевую аудиторию с более быстрым эффектом. Можно выбирать по полу, возрасту, интересам и группам потенциальных покупателей.

Продвижение компании в сети "Facebook" имеет положительные стороны — группа, страница остается популярной и посещаемой даже после окончания работ по продвижению. Более того — страница вирусно раскручивается в аудитории сети "Facebook".

Поддержание страницы в социальной сети "Facebook" несколько отличается от продвижения в социальной сети "ВКонтакте". В "Facebook" это происходит в более сложном формате, поскольку контингент в разных социальных сетях отличается. Например, в сети "ВКонтакте" довольно распространено размещение "мемов" и картинок с различными, не всегда пристойными записями. При этом, в сети "ВКонтакте" не задумываются о наличии авторских прав и правилах размещения чужих фотографий, картинок и видео. В сети "Facebook" с этим несколько тяжелее, так как это иностранная социальная сеть и правила размещения любой информации попадают под действие законов об авторском праве. Кроме того, по причине особенностей аудитории, в сети "Facebook" распространяется более этичный контент с учетом авторских прав и соблюдением прав размещения рекламы, проведения акций и других мероприятий.

Для более эффективного и быстрого продвижения компании в сети "Facebook" рекомендуется использовать медийный контент: фотографии, видео, инфографику. Также пользователи любят делиться личной информацией. К примеру, если размещается информация о событии внутри вашей компании или достижении конкретного работника.

По сути, социальная сеть "Facebook" имеет такую же большую аудиторию, как и сеть "ВКонтакте", но в нашем случае, количество пользователей не играет самую важную роль. Согласно исследованиям, аккаунты в "Facebook" создают люди ближе к среднему возрасту, имеющие международные контакты и которые ведут активную жизнь как в сети, так и "оффлайн". Среди пользователей "Facebook" множество бизнес-людей, известных блогеров, политиков и конечно представителей СМИ.

Именно по этой причине продвижение своей компании в социальной сети "Facebook" имеет перспективу. Это действенный метод привлечения новых клиентов на свой ресурс в Интернет и отличная возможность развить перспективные деловые связи.