

*Стефанова Н. А., к. э. н, «Электронная коммерция»
Григорьева Е. М., студент 4 курса
Поволжский Государственный Университет Телекоммуникаций и
Информатики
443010, Россия, Самара, улица Льва Толстого, 23
e-mail: stefna@yandex.ru
e-mail: azil6991@gmail.com*

В современном мире высоких технологий социальные сети охватывают практически все сферы деятельности человека. В следствие чего с каждым годом количество виртуальных сообществ и их пользователей возрастает. Ведь с помощью социальных сетей люди могут просматривать новости, общаться, обмениваться медиа файлами, и кроме того даже осуществлять свою профессиональную и коммерческую деятельность. В результате чего такие гиганты социальных интернет-медиа, как Facebook, Twitter, Instagram, YouTube и ВКонтакте ежедневно собирают сотни миллионов пользователей на своих платформах. В целом почти за 15 лет своего существования социальные сети захватили огромное внимание пользователей всего мира.

На сегодняшний день аудитория российского сегмента Интернета составляет более 61,2 миллионов человек, из которых 46% предпочитают проводить время именно в социальных медиа [1]. Чем же именно занято это время?

Если проанализировать статистику данных о целях использования социальных сетей за 2011 год (рис. 1), то можно увидеть, что в то время 70% пользователей заходили страницы в социальных сетях, с целью поддержания связи с родными и друзьями. Второе место занимал приоритет доступа к новостям. И примерно 22% всех пользователей создавали аккаунты для бизнеса.

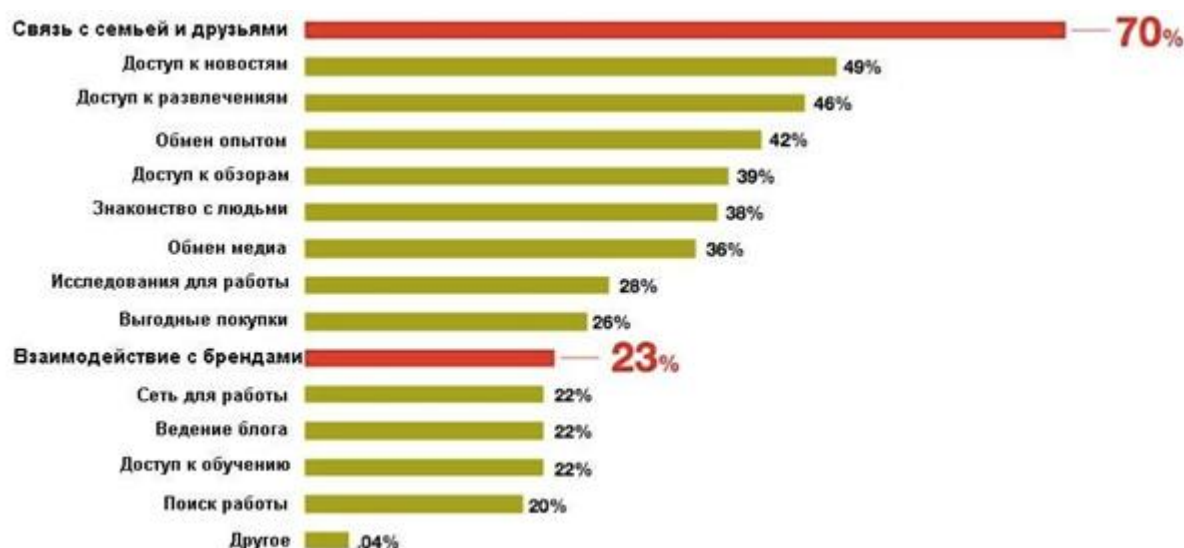


Рис. 1 – Основные цели использования социальных сетей, 2011 год

Чтобы узнать на сколько данные показатели изменились за 6 лет, авторами был проведен опрос 105 человек. Респондентам был задан вопрос «Для чего вы используете социальные сети?» и предлагалось выбрать несколько вариантов ответов. Анализ результатов опроса представлен на рис. 2. Как видно количество пользователей, которые используют социальные сети для общения с родственниками и друзьями также составляет большинство, но и количество тех людей, которые используют социальные медиа для работы/бизнеса, тоже выросло.

Для чего вы используете соц сети?

105 ответов

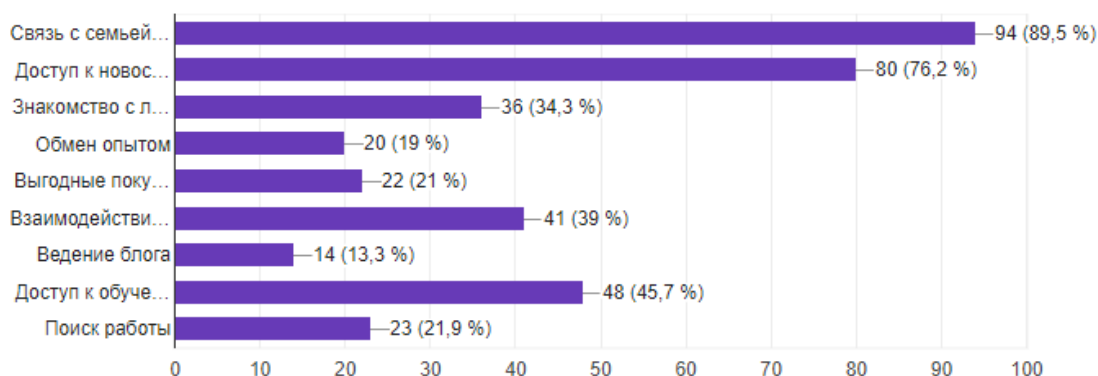


Рис. 2 – Основные цели использования социальных сетей, 2017 год

Так, с появлением социальных сетей, стали появляться и новые виды рекламы, в том числе такие как контекстная реклама в социальных сетях. Сначала она выглядела как прямая и не скрытая реклама. Но с бурным развитием социальных сетей в них начали образовываться тематические

сообщества, таким образом площадок для рекламы становилось все больше, и они становились более таргетированными.

Так же в социальных сетях развивается и предпринимательская деятельность. Если взглянуть на подписчиков индивидуальных и корпоративных аккаунтов Facebook, Twitter, Instagram и ВКонтакте можно увидеть, что они предлагают всевозможные услуги. Например, наверняка каждому знакома ситуация, когда к нему в ВКонтакте «стучится» в друзья новый подписчик, вовсе не являющимся его хорошим приятелем, а просто ищущий новых потенциальных клиентов. Также YouTube выступает как отдельная площадка, на которой блогеры рассказывают о новых продуктах компании, тем самым рекламируя их.

У каждой крупной компании есть своя страница в социальной сети, где они могут рассказать о предоставляемых услугах, о деятельности компании, партнёрах или оперативно ответить на интересующие пользователей вопросы, или даже продать товары или услуги.

А ведь сначала все пользователи в социальных сетях просто общались с друзьями, заводили новые знакомства в группах с общими увлечениями.

Многие из тех, кто давно взаимодействует с Интернетом знает такое высказывание основателя Microsoft Билла Гейтса в одной из его книг – «Через 10 лет, наступит такое время, когда будет два вида компаний, компании, которые ведут свой бизнес через Интернет, и компании, которые остались вне бизнеса».

Многие уже не замечают того, что за любой информацией о товаре или услуге заходят в Интернет и просматривают там необходимую информацию. Тем самым для бизнеса вдвойне выгоднее заводить страницы в социальных сетях, так как там идет постоянный прирост пользователей, часть которых находится в режиме online и постоянно и смотрит за лентой новостей. В социальных сетях есть возможность загрузить видео о продукте, услуге, рассказать о товаре, написать обзорную статью о компании. Также на странице сети можно сделать опрос, которой привлечет аудиторию, и компания получит обратную связь, сделать анонс предстоящих мероприятий или провести розыгрыши, которые сейчас так пользуются популярностью.

Так же нельзя забывать о том, что не каждая социальная сеть подходит для определенного бизнеса. Так деловые люди предпочитают Facebook, а небольшие магазины продажи одежды или косметических услуг будут использовать скорее всего Instagram и ВКонтакте. А туристической фирме будет выгоднее занять позиции в Instagram и YouTube, где возможно формировать яркие и привлекательные портфолио, содержащие фотографии и видеоролики о различных местах отдыха.

При это, как на других рынках, у бизнеса в социальных сетях есть свои преимущества и недостатки [2].

К плюсам можно отнести то, что они:

– позволяют преодолеть барьеры в общении. В реальной жизни к руководителю крупной компании сложно подойти и задать вопрос, а в социальных сетях это сделать легко;

- допускают больше свободы самовыражения, чем в официальных источниках;

- создают равные условия: неважно, пользователь директор или рядовой сотрудник, мнение высказывают все;

- приносят заказы и контракты;

- распространяют репутацию мгновенно;

- формируют моду на продукт;

- минимизируют конфликты, поскольку сохраняется история переписки.

К минусам же относится то, что они:

- недостаточно надежны;

- «крадут» время на работе и дома;

- способствуют возникновению определенного рода конфликтов: виртуальный контакт лишен возможностей невербального общения, поэтому в таком случае случается, что иногда самое простое слово вызывает недопонимание;

- формируют общение, которое лишено ответственности.

Поэтому чтобы бизнес на просторах социальных сетей был успешным советуют следовать определенным правилам:

Во-первых, для продвижения бизнеса в социальных сетях с помощью SMM-компаний, необходимо работать только с теми компаниями, которые имеют собственные проекты в социальных медиа.

Во-вторых, необходимо использовать брендированный дизайн. При этом он должен быть выполнен качественно, поскольку такой дизайн поможет привлечь и удержать публику.

В-третьих, необходимо постоянно стимулировать общение и активность в группе. Для чего можно проводить опросы, создавайте чаты и отвечать на вопросы, предоставляйте анонсы.

В-четвертых, предпринимателям было бы неплохо сначала сосредоточиться на одной социальной сети.

И последнее, не нужно ждать сразу быстрых результатов, так как продвижение в социальных сетях – это кропотливый труд. Не следует думать, что сразу после того, как создается группа или заказывается реклама, повышаются продажи, поскольку лояльность клиентов повышается со временем [3].

Итак, каждый пользователь использует социальные сети в силу своих интересов и потребностей. Кто-то ищет потенциальных клиентов, кто-то партнеров, а кто-то просто заводит новые знакомства. Но точно можно отметить, число первых растет с каждым годом. А также, что предпринимателям с появлением и развитием социальных сетей стало проще, а иногда и дешевле продвигать бизнес. Например, если сравнивать стоимость размещения рекламы на телевидении и в социальных медиа, то последние будут в разы дешевле и более нацеленными на конкретного получателя.

Кроме того, если грамотно построить коммуникационные каналы в социальных сетях, в силу их популярности, можно получить один из самых объемных трафиков потенциальных клиентов.

1. IngateDigitalAgency^{smm}.ingate.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://smm.ingate.ru/smm-issledovaniya/>. – (3.10.2015).
2. Имидж профессионала: как его создать в соцсетях [Электронный ресурс]. – Режим доступа <https://ipprosto.ru/journal/imidzh-professional-a-kak-ego-sozdat-v-sotssetyah/>. – (12.01.2017)
3. Анатомия бизнеса. [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://biz-anatomy.ru/vse-stati/smm-prodvizhenie-v-sots-setyakh/socialnye-seti-dlya-biznesa-lichnyj-opyt> (Июль 15, 2014)