

Литература

1. Belarus tech report 2021. CIVITTA. – Mode of access: <https://ru.calameo.com/read/005151365449b05886032>. – Date of access: 10.04.2022.

2. Калинин, Д. Венчурный фонд с государственным участием: особенности и проблемы управления / Д. Калинин // Банковский вестник, июнь 2020.

SMM-маркетинг: возможности продвижения товаров и услуг

*Васильева К. В., студ. IV к. БГУ,
науч. рук. Мозговая О. С., доц.*

SMM – SocialMediaMarketing – это продвижение в социальных сервисах с помощью публикаций интересных материалов о фирме в сообществах, на форумах, в соцсетях. Суть в постоянном общении с пользователями, скрытой рекламе товаров и услуг. Возможно, использование аудио и видео. SMM предполагает работу не только над авторитетом компании, но и над ее интернет-ресурсом.

Существуют тысячи площадок для социального продвижения. Четыре самые эффективные для русскоговорящей аудитории:

- «ВКонтакте» – создается группа со свободным доступом, в которой публикуются новости о компании, о скидках и акциях. Необходимо постоянно обновлять записи на стене, чтобы не потерять подписчиков.
- «Facebook» – принцип такой же, как и в предыдущем пункте. Но нужно учитывать, что основная аудитория «ВКонтакте» – подростки и молодежь. «Facebook» предпочитают бизнесмены и люди постарше. Значит, текст и подача информации должны отличаться.
- «Twitter» – создается страничка с названием компании. Каждый день (и не один раз!) размещаются короткие сообщения (твиты) о новостях компании. Для лучшего эффекта используют хэштеги.
- «Instagram» – в аккаунте специалиста по продажам размещаются красивые фотографии товаров фирмы с завлекающими подписями и хэштегами. Важно, чтобы и видео, и фото были качественными.

В 2019 г. в Беларуси проведено исследование «Социальные сети и СМИ в Беларуси, осень 2019», в котором изучается активная аудитория социальных сетей в Беларуси [1]. Основное внимание приходится на изучение степени влияния конкретной социальной сети на формирование общественного мнения. Степень влияния авторы исследования определяют исходя из того, насколько активно жители страны (по совместительству пользователи социальной сети) используют ее для передачи и обсуждения информации.

На первом месте по влиятельности, исходя из данных исследования, в Беларуси выступает социальная сеть «ВКонтакте». Она лидирует и по числу публичных сообщений (20,7 млн), и по числу активных авторов (1,5 млн).

«Одноклассники» находятся на третьем месте по количеству авторов (508 тыс.) и на втором месте по количеству сообщений с показателем 8,7 млн.

«Instagram» – на третьем месте по количеству сообщений (6,4 млн) и на втором месте по объему активной аудитории (981 тыс.).

Наибольшую активность демонстрируют пользователи «Youtube» – 46,8 сообщений на одного автора. Обратим внимание на то, что по аудиторному показателю видеохостинг на последнем месте с 35 тыс. активных авторов.

Также весьма активны пользователи «Twitter» (35,7 сообщений на автора) и «Facebook» (29,9). Пользователи «Одноклассников» оказались самыми продуктивными в тройке аудиторных лидеров – на каждого приходится в среднем 17 публичных сообщений, по этой метрике соцсеть обогнала и «ВКонтакте», и «Instagram» [1].

Таким образом, социальные сети оказывают важное влияние на формирование общественного мнения в стране. В связи с постоянным ростом количества пользователей SMM-маркетинг является универсальным средством привлечения потенциальных покупателей. Кроме того, хоть социальные сети активно используются в качестве канала для общения, они также выступают важным каналом распространения информации. SMM-маркетинг – это отличная возможность привлечения новых клиентов и увеличения продаж.

Литература

1. Социальные сети и СМИ в Беларуси, осень 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://br-analytics.ru/blog/belarus-october-2019>. – Дата доступа: 02.04.2022.

Развитие концепции «зеленой экономики» в странах ЕС

*Васильева Е. А., Зятыкова В. С., студ. 1 к. БГУ,
науч. рук. преп. Киселевич А. И.*

В современных экономических условиях большую актуальность приобретают экологические и социальные факторы, которые становятся все более значимыми, так как с начала индустриальной революции в мире человечество не уделяло им достаточного внимания. Ввиду этого актуальность приобретают вопросы развития «зеленой экономики».

Под концепцией «зеленой» экономики понимают модель, которая ведет к улучшению здоровья и социальной справедливости населения, а также