

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОЛИТИКИ ПРОДВИЖЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ГАЛАНТЕЯ»)

Е. Н. Толстых

Белорусский государственный университет, г. Минск;

anna.vetelkina@mail.ru;

науч. рук. – А. Г. Ветелкина, ст. преподаватель

В статье рассматривается роль продвижения товаров и услуг в общей деятельности предприятия. Представлено авторское видение данного процесса. Сформулированы основные инструменты и проанализированы стратегии, направленные на продвижение товара.

Ключевые слова: политика продвижения; товары и услуги; социальный маркетинг; интернет-маркетинг; клиентское сообщество.

Самый эффективный и экономичный метод продвижения товаров - продвижение через интернет. По масштабу и охвату с ним не сравнится реклама на ТВ или в средствах массовой информации. Реклама в интернете является «вирусной», благодаря чему о товаре или компании становится быстро известно. В настоящее время интернет и социальные сети стали неотъемлемой частью жизни практически всего общества. Интернет – это глобальная система, привлекающая с каждым годом все большее количество пользователей, в том числе в социальных сетях [1]. В связи с чем, бизнесу необходимо обратить особое внимание на социальные сети. Ведь через социальные сети можно продвигать свой бренд, сотрудничать с другими брендами, развиваться и расширять круг своих потребителей. Социальные сети являются эффективным маркетинговым инструментом, позволяющим охватить огромную аудиторию. Кроме того, они могут оказывать значительное влияние на формирование мнения пользователей о компании, продукции, бренде. Сегодня большинство компаний создают собственные сайты, сообщества во многих популярных социальных сетях, с помощью которых они взаимодействуют с целевой аудиторией.

В тоже время несмотря на то, что интернет является неотъемлемой частью бизнеса, не все компании эффективно используют инструменты-интернет маркетинга и социальные сети.

Маркетинг в социальных сетях (SMM) – это мощнейший способ увеличения узнаваемости бренда, создания базы лояльных последователей, привлечения новых клиентов и повышения продаж с помощью социальных сетей. SMM маркетинг или просто SMM, является формой интернет-маркетинга, которая заключается в создании и распространении контента в социальных сетях для достижения бизнес целей фирмы в маркетинге и брендинге [2]. Продвижение в социальных сетях работает одинаково

эффективно как для небольших компаний и стартапов, так и для зрелого и крупного бизнеса.

Клиенты любой компании уже проводят много времени и взаимодействуют с разными брендами через социальные сети и мессенджеры. И если организация до сих пор не «общается» со своей аудиторией через Вконтакте, Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, Telegram, YouTube или TikTok, то рано или поздно она потеряет лояльность своей аудитории, а вместе с тем и проиграет конкурентам. Ведь в социальных сетях сейчас «сидят» различные возрастные группы, а это значит, что целевая аудитория любой фирмы представлена в сети.

Основой продвижения товаров или услуг в глобальной сети являются интернет-маркетинг и поисковое продвижение (или seo). Для каждого продукта создает своя индивидуальная маркетинговая стратегия, которая учитывает характеристики товара, уровень конкуренции, возможности стимулирования спроса, каналы распределения и др. Помимо бесплатной публикации постов (текстов, видео, изображений и других видов контента), которые стимулируют вовлечение аудитории, SMM также включает в себя и продвижение посредством платной рекламы в социальных сетях и сотрудничество с другими брендами и блогерами.

Как известно, перед каждой компанией стоят две глобальные задачи: произвести продукцию и ее продать. Сложность их решения в нынешних белорусских реалиях обусловлена не только беспрецедентным обострением конкуренции на внешних и внутренних рынках, но и низким уровнем применяемых на многих отечественных предприятиях технологий и, как следствие, их низкой рентабельностью [3]. И именно маркетинг социальных медиа является отличным инструментом продвижения компании и облегчает реализацию товаров и услуг. На примере Ниже хотелось бы внести некоторые предложения по продвижению в социальных сетях и мессенджерах, ведь практически любая компания может использовать предлагаемые методы и расширить свою клиентскую базу, не говоря о других плюсах, описанных выше.

Продвижение через Telegram. Сейчас в Telegram выгодно развивать клиентское сообщество, продвигать товары и услуги компании. В Telegram можно создавать канал для продвижения бизнеса: вы упаковываете контент и доставляете его прямо в мобильный телефон подписчика. Он откроет и прочитает сообщение. В мессенджере нет ленты новостей. В классической социальной сети есть алгоритмическая лента, которая решает за человека, что ему смотреть, а что нет. Вы можете создать пост для бренда, но его увидят далеко не все. В Телеграме аудитория будет больше. Чтобы продвигать канал в Telegram прежде всего, нужно покупать ре-

кламу в каналах, упоминание канала в другом канале. Бренд может создать свой канал в Телеграм и устраивать опросы, делать рассылку про акции и выгодные предложения.

Инстаграм-продвижение. Продавать, общаться с клиентами, публиковать вовлекающий контент, запускать рекламу внутри соцсети – площадка подходит для всех задач. С учетом большой, активной, платежеспособной аудитории – аккаунт в Instagram это must have для бизнеса. Покупка публикаций у инфлюенсеров для дополнительного охвата и другой выгоды. Возможность устраивать розыгрыши, благодаря которым большее количество людей узнают про вашу фирму.

Продвижение в Pinterest будет полезно не всем, но все же некоторым может помочь в развитии своего дела. Аудитория в Pinterest огромная. И большая часть этой аудитории – платежеспособные люди, которые используют пины для покупок, вдохновляются ими или следят за брендами [3]. То есть компании необходимо создавать красивый и полезный контент для своего продвижения в Пинтерест.

И, наконец, продвижение через самое популярное приложение в последнее время TikTok. Именно там вы можете создать собственный канал, запускать официальную рекламу, конкурсы, а так же хештег-челленджи.

Так же нужно не забывать, что в любой из соц. сетей можно делать коллаборации с различными брендами и блогерами и рекламное размещение в их аккаунтах. Качественный маркетинг в социальных сетях выведет бизнес на новый уровень. Благодаря эффективным SMM-инструментам бренд обретет почитателей, а компания – новых клиентов и рост продаж, следовательно, прибыль будет только расти.

Библиографические ссылки

1. *Байнев, В. Ф.* Проблемы совершенствования сбытовой политики отечественных предприятий / Д.С. Ковалева, В.Ф. Байнев // Тенденции экономического развития в XXI веке: материалы II Междунар. науч. конф., Минск, 28 февр. 2020 г. / Белорус. гос. ун-т; редкол.: А.А. Королёва (гл. ред.) [и др.]. – Минск: БГУ, 2020. – С. 399-401
2. *Афанасьев, М. П.* Маркетинг: стратегия и тактика развития фирмы: учебник/ М.П. Афанасьев — М.: Издательский центр «Книга», 2019. — 304 с.
3. *Багиев, Г. Л.* Основы организации маркетинговой деятельности на предприятии: учебник / Г.Л. Багиев — СПб.: Обл. правл. ВНТОЭ, 2018.