

## Оценка эффективности использования Instagram-аккаунта в продвижении бренда

Научный руководитель – Прокудина Елена Константиновна

*Захарова Валерия Вадимовна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

*E-mail: ler-o-chka@mail.ru*

Все чаще люди прибегают к личному бренду как к необходимому инструменту для карьерного продвижения. Личный бренд позволяет получить большее количество клиентов. А происходит это благодаря создаваемому имиджу. Имидж бренда - это некая марка, система образов и смыслов. Он олицетворяет существующее потребительское восприятие, является мощным инструментом для увеличения лояльность целевых групп. Можно сказать, что имидж - это нематериальный актив компании или человека, который является основным источником продвижения.

В 21 в. повысить узнаваемость личного бренда стало намного проще. В этом помогают социальные сети, в частности Инстаграм-аккаунты. Инстаграм - это одна из самых популярных площадок не только в России, но и в мире. У этой социальной сети самый быстрый прирост количества пользователей. На данный момент, в Инстаграм зарегистрирован 1 миллиард человек. Ежедневно в приложении зафиксировано 500 миллионов активных пользователей. Все они являются потребителями, а значит и потенциальными покупателями, что ещё больше привлекает к продвижению личного бренда путём Инстаграм.

Также, Инстаграм является неплохой точкой старта для малого бизнеса. И может быть ещё одним популярным каналом продаж. Создание Аккаунта в социальной сети менее затратно, чем разработка собственного решения.

Такой феномен можно объяснить тягой людей к визуальной составляющей. Возрастает роль фото и видео контента. Этот формат привлекателен для компаний. Ведение Инстаграм-аккаунта обходится во много раз дешевле стандартной ТВ или радио рекламы. Поэтому многие компании используют эту социальную сеть, как технологию для продвижения своего бренда.

Таким образом, на данный момент Инстаграм является одной из главных и эффективных платформ для продвижения собственного бренда. Из-за наличия преимуществ, таких как многомиллионная аудитория, высокая вовлечённость в приложение, активное использование, лёгкость в отслеживании быстро изменяющихся трендов, простота в использовании.

### Источники и литература

- 1) Коновалова Е. «Личный бренд с нуля. Как заполучить признание, популярность, славу, когда ты ничего не знаешь о персональном PR». М.: АСТ, 2017
- 2) Кэннеди Д. «Жесткий Smm». М.: Альпина Паблишер, 2018
- 3) Маандаг М. «Единственная книга по брендингу». М.: Азбука Бизнес, 2016
- 4) Макович. В. «Сделай себе имя! Построение личного бренда». Спб.: Питер, 2013
- 5) Митрошина А. «Продвижение личных блогов в Инстаграм». М.: АСТ, 2019

- 6) Могилко М. «Как стать блогером с миллионной аудиторией, создать успешный стартап, покорить Америку, если ты девочка из обычной семьи». М.: АСТ, 2019
- 7) Мути И. «Брендинг за 60 минут». М.: Эксмо, 2017
- 8) Правда П. «Бренд личности». М.: Омега-Л, 2018