

Особенности применения современных инструментов SMM в условиях цифровой трансформации бизнеса

Научный руководитель – Лопаткин Дмитрий Станиславович

Лундин Артём Евгеньевич

Студент (магистр)

Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева,

Гуманитарный факультет, Москва, Россия

E-mail: Publicitario_a_lun@mail.ru

Использование Интернета и социальных сетей изменило поведение потребителей и способы ведения бизнеса компаниями. Цифровой маркетинг предлагает значительные возможности продвижения и поддержания репутации продукта или услуги организациям за счет снижения затрат, повышения узнаваемости бренда и увеличения продаж. За последние несколько лет цифровые коммуникации стали неотъемлемой составляющей деятельности SMM-специалистов. Стремительное развитие Интернета способствует формированию новой - цифровой социальной реальности, вне которой невозможно представить существование современного общества [1]. Социальные сети, охватывающие миллионы пользователей по всему миру, быстро становятся одним из самых влиятельных платформ цифрового маркетинга, обеспечивающие невероятные преимущества для любой формы бизнеса (Рис.1).

Появление новых медиа-площадок и инструментов продвижения бизнеса в Интернет-пространстве приводит к тому, что маркетинг в социальных сетях находится в состоянии непрерывного динамического развития. Каждому SMM-специалисту необходимо понимать, что любые инструменты продвижения в цифровой среде постоянно меняются и совершенствуются, поэтому необходимо уметь быстро перестраивать свою маркетинговую программу и следить за новыми, к примеру, зарубежными трендами.

Целью данного исследования является определение главных современных трендов в SMMи их влияние на стратегию интернет-маркетинга в компании.

Согласно Global Web Index, 54% интернет-браузеров используют социальные сети для исследования продуктов. Сетевые онлайн-платформы, такие как Facebook, Instagram, LinkedIn и т. д., видят тенденцию к росту с точки зрения влияния на охват [2].

В условиях цифровой трансформации бизнеса продажи в Интернет-среде стали почти неизбежной частью B2B, B2C, FMCG сегментов и т.д. Некоторые компании обращаются к устаревшим SMM-инструментам, так как не следят за тенденциями и трендами виртуальной среды и тем самым хотят, чтобы их товары были на первых позициях в Интернете [3].

Согласно платформе ClickZ (Marketing Technology Transformation), в 2021 году SMM-специалисты сформировали топ-лист инструментов и платформ для продвижения бренда в цифровом бизнесе [3]:

1. Sendible (ведущая платформа управления социальными сетями для агентств, стремящихся более эффективно управлять социальными сетями для своих клиентов);
2. Agorapulse (позволяет планировать и публиковать контент в Twitter, Facebook, LinkedIn и Instagram с любого сайта всего за один клик);
3. Buffer (интеллектуальный инструмент SMM, который поможет достичь согласованного планирования сообщений в различных аккаунтах в социальных сетях);
4. Hootsuite (один из самых популярных инструментов SMM для планирования кампаний в различных социальных сетях, а также для измерения или отслеживания результатов кампании с помощью простой веб-панели управления);

5. IFTTT («If This Then That» - помогает установить или создать связи для различных сайтов, сервисов и каналов социальных сетей. С помощью IFTTT можно создать соединения множество каналов);

6. Sprout Social (высокоэффективный инструмент SMM, который обладает системой публикации сообщений и твитов в социальных сетях. Также можно получить подробные аналитические отчеты, чтобы отслеживать результаты деятельности);

7. PostPlanner (платформа фокусируется на том, чтобы помочь найти нужный контент и опубликовать его через виртуального расписание, чтобы увеличить трафик профиля);

8. Social Clout (инструмент мониторинга социальных сетей, который помогает предприятиям принимать обоснованные решения на основе тщательного и научного анализа данных).

Поддерживая интерактивность с целевой аудиторией, можно выявить предпочтения клиентов, выработать стратегию совершенствования бизнеса в цифровом пространстве. В эпоху стремительного развития информационных технологий, применение актуальных трендов в SMM является обязательной частью стратегии интернет-маркетинга компании.

Источники и литература

- 1) RGRU Digital: <https://rg.ru/2021/02/15/kak-izmeniatsia-socialnye-seti-v-2021-godu.html>
- 2) Global Web Index: <https://www.globalwebindex.com/reports/trends-2021?hsCtaTracking=655a872b-3611-4855-92b1-881384ea15a0%7C69d693e2-53dc-47a4-8eda-1420899f1339>
- 3) ClickZ (Marketing Technology Transformation): <https://www.clickz.com/10-b2b-brands-that-are-killing-it-on-social-media/24243/>

Иллюстрации

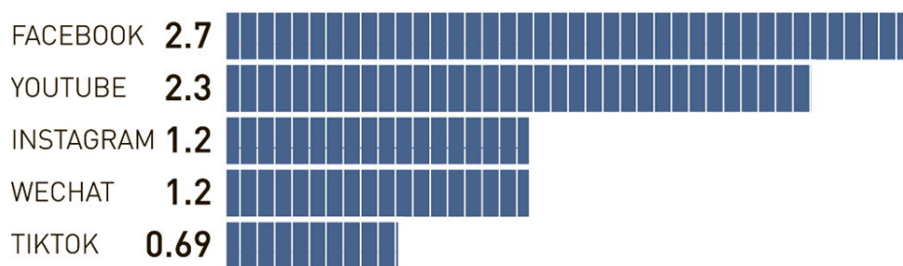


Рис. 1. Количество активных пользователей социальных сетей в мире (млрд.)