

Специфика прожект менеджмента в инфлюенс-маркетинге: влияние на узнаваемость бренда

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Столбова Полина Александровна

Студент (бакалавр)

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

E-mail: polina3637859@mail.ru

В данном докладе рассматривается проджект-менеджмент в сфере инфлюенс-маркетинга. Инфлюенс-маркетинг является неотъемлемой частью современного медиапространства. Посредством медийных лиц, коммерческие организации способны четко и точно попадать в свою целевую аудиторию. Инфлюенсеры все чаще становятся лидерами мнений определенных социальных групп, так как аудитория все чаще недоверчиво относится к прямой рекламе, а рекомендации от авторитетных личностей способствуют формированию положительного имиджа бренда и доверию к нему.

Инфлюенс-маркетинг отмечается лояльностью и высокой вовлеченностью аудитории, что нельзя сказать о традиционной рекламе. В подтверждение актуальности можно привести исследование агентства WildJam, согласно данным, «В 2023 году рынок инфлюенс-маркетинга в сравнении с 2022 годом вырос на 25–35%, что составило 17,4 млрд долларов. При этом в 2024 году объем сегмента достигнет 19,8 млрд долларов. Непрерывный рост инфлюенс-маркетинга говорит о том, что блогеры играют значительную роль в усилении продаж брендов» [1].

Инфлюенс-маркетинг можно описать как искусство создания доверительных связей между брендом и аудиторией через влияние лидеров мнений.

Инфлюенс-маркетинг представляет собой стратегический подход к продвижению, основанный на сотрудничестве с популярными личностями, которые обладают авторитетом и доверием в своей нише. Это не просто реклама, а тонкое взаимодействие, где бренд становится частью искреннего диалога, вдохновляя аудиторию на действия через рекомендации тех, кому они доверяют.

Проект-менеджмент в инфлюенс-маркетинге — это процесс управления всеми этапами кампании, от идеи до реализации, с целью создания гармоничного взаимодействия между брендом, инфлюенсерами и их аудиторией.

Именно из-за необходимости использования стратегического подхода в инфлюенс-маркетинге, инструменты проджект-менеджмента являются неотъемлемой частью проведения кампаний с лидерами мнений.

В сфере инфлюенс-маркетинга проект-менеджмент необходим для того, чтобы каждая деталь кампании была продумана и реализована с максимальной эффективностью. Он помогает координировать работу с инфлюенсерами, устанавливать четкие цели, контролировать сроки, бюджет и качество контента. Благодаря грамотному управлению проектами, бренды могут избежать хаоса, минимизировать риски и добиться того, чтобы каждая кампания не только соответствовала ожиданиям, но и превосходила их.

Проект-менеджмент в инфлюенс-маркетинге — это ключ к созданию успешных, креативных и результативных кампаний, которые оставляют яркий след в сердцах аудитории.

Целью данного исследования является многосторонний анализ использования инструментов проджект-менеджмента для увеличения эффективности сотрудничества бренда и инфлюенсера, а также для выявления эффективных закономерностей и возможностей их дальнейшего применения.

Источники и литература

- 1) Отчет Ogilvy об инфлюенс-маркетинге: выводы спустя полгода [Электронный ресурс] // AdIndex — URL: <https://adindex.ru/publication/opinion/marketing/2024/05/28/322887.phtml?ysclid=m60v5s8vdt502251954> (дата обращения: 17.01.2025).