

**Современные тенденции продвижения отечественных брендов декоративной косметики в социальных сетях на российском рынке**

**Научный руководитель – Прокудина Елена Константиновна**

***Елагина Ольга Вячеславовна***

*Студент (магистр)*

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

*E-mail: ovhelija@gmail.com*

В последние годы сокращение присутствия зарубежных брендов декоративной косметики из-за санкций и изменений в экономике открыло возможности для отечественных производителей, стремящихся занять освободившуюся нишу. Появление новых отечественных и присутствие известных зарубежных брендов усиливает конкуренцию на косметическом рынке, предложение продолжает расти. Данная ниша рынка демонстрирует также и высокий уровень спроса. При этом потребители всё чаще выбирают локальные бренды за их доступность, адаптацию под запросы аудитории и желание поддерживать национального производителя. Высокая конкуренция на рынке декоративной косметики создает условия, где эффективное продвижение брендов становится ключевым фактором успеха.

На этапе стремительного развития цифровых технологий и интернета социальные сети играют ключевую роль в продвижении брендов и стали одним из самых эффективных каналов. Свыше 65% всего интернет-потребления приходится на 5 наиболее популярных тематик: Видеосервисы — 20%, Социальные сети и блоги — 18%, Мессенджеры — 16%, Игры — 8%, E-som — 4%. Социальные сети на сегодняшний день — это один из самых эффективных маркетинговых каналов для продвижения брендов косметики. Главное отличие соцсетей от любого другого канала коммуникации — дистанция между брендом и потребителем здесь минимальна. Можно не просто рассказать о преимуществах продукта и стимулировать к покупке, но и стать частью повседневной жизни потребителя, создать эмоциональную связь, сообщество вокруг бренда. Социальные сети предоставляют платформу для обратной связи, что важно для понимания потребностей клиентов и улучшения продукта.

В этих условиях социальные сети стали одним из самых эффективных каналов продвижения благодаря минимальной дистанции между брендом и потребителем, возможности создания эмоциональной связи и активного взаимодействия с аудиторией. Исследование современных трендов продвижения в соцсетях, таких как использование интеграций с инфлюенсерами, создание уникального контента и вовлечение аудитории, представляется особенно актуальным для адаптации брендов к быстро меняющемуся рынку и потребительским предпочтениям.

Результаты исследования могут быть использованы отечественными брендами декоративной косметики для повышения их конкурентоспособности на российском рынке, а также вносят вклад в развитие теоретических и практических аспектов продвижения брендов в социальных сетях.

**Источники и литература**

- 1) Косметика (рынок России) // Здрав.Эксперт: [Электронный ресурс]. – URL: [https://zdrav.expert/index.php/Статья:Косметика\\_\(рынок\\_России\)#.D0.A0.D0.BE.D1.81.D1.82](https://zdrav.expert/index.php/Статья:Косметика_(рынок_России)#.D0.A0.D0.BE.D1.81.D1.82) (дата обращения: 26.02.2025)

- 2) Медиатренды 2024: исследование медиарынка [Электронный ресурс]. – Mediascope. URL: [https://mediascope.net/upload/iblock/82a/azh2s3pelef0ddsbug69odhl1nulmihy/Mediascope\\_%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D1%8B%202024.pdf](https://mediascope.net/upload/iblock/82a/azh2s3pelef0ddsbug69odhl1nulmihy/Mediascope_%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D1%8B%202024.pdf) (дата обращения: 26.02.2025)
- 3) Шевченко, Д. Цифровой маркетинг: обзор каналов и инструментов [Электронный ресурс] // КиберЛенинка. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovoy-marketing-obzor-kanalov-i-instrumentov/viewer> (дата обращения 26.02.2025)
- 4) Шреста, Б., Шреста, Б. К. Сравнительное влияние традиционного и современного продвижения на параметры капитала бренда [Электронный ресурс] / Бандана Шреста, Бинод Шреста. — 2024. — Т. 2, № 2. — С. 54–69. — DOI: 10.3126/njmt.v2i2.68726. — URL: <https://typeset.io/pdf/comparative-impact-of-traditional-and-modern-promotion-on-4umezd38fbwz.pdf> (дата обращения 10.02.2025)