

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова

---

Факультет журналистики

Работа Тихоновой Елизаветы по предмету Маркетинг новых медиа:

**“Маркетинговые инструменты в  
социальной сети Facebook”**

Москва, 2016

## Содержание:

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Анализ аудитории Facebook.....	5
Основные Инструменты SMM-маркетинга.....	7
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	10

# Введение

За последние несколько лет интернет-маркетинг начал развиваться со стремительной скоростью. Появилось множество новых инструментов и решений для повышения эффективности ведения бизнеса с помощью электронного маркетинга. На новый уровень перешёл маркетинг в социальных сетях, усовершенствовалась веб-аналитика, поисковый маркетинг.

Вместе с тем, интернет-пространство стало поглощать все сегменты социальной жизни человека. Виртуальный мир за последние годы стал глобальной площадкой не только для общения и поиска разнородной информации, но и для заработка. На сегодняшний день не осталось коммерческих организаций, которые не имели бы площадку в Интернете. Каждая организация развивается благодаря различным маркетинговым инструментам. Интернет сегодня - основная и максимально удобная платформа для внедрения и реализации маркетинговых идей.

Кроме того, за последние несколько лет число пользователей социальных сетей неизменно продолжает расти, аудитория расширяется и маркетинговые стратегии компаний уже не обходятся без социальных сетей.

Работа с аудиторией в социальных сетях может помочь успешно реализовать маркетинговый план организации. Для этого необходимо обратиться к анализу поведения аудитории в социальных сетях. Аналитика этого сегмента Интернета является деятельностью, которая может ярко отобразить особенности спроса заинтересованной аудитории.

Наибольшей популярностью среди SMM-щиков и интернет-маркетологов пользуется социальная сеть Facebook. Об инструментах маркетинга в социальной сети Facebook пойдёт речь в этой работе.

Кроме того, необходимо обратить внимание на преимущества маркетинга в социальных сетях. Рекламные площадки в социальных сетях отличаются

низкой стоимостью и высокой степенью эффективности благодаря быстрому охвату аудитории заинтересованных пользователей. Подробно об этом будет рассказано в основной части работы.

# Анализ аудитории социальной сети Facebook

Статистические данные по российской аудитории Facebook на данный момент не самые актуальные. Последний раз аудиторию данной социальной сети анализировали в начале 2016 года. Так как никаких особенных изменений в маркетинговых инструментах этой социальной сети за год не произошло, позволю себе основываться на эти данные.

Конкретные цифры, отображающие популярность Facebook очень внушительны. По последним данным, активными пользователями этой социальной сети ежемесячно являются около 1,4 миллиарда человек, ежедневно количество активных пользователей доходит до 900 миллионов человек.

Конечно же, зарегистрированных аккаунтов в Facebook значительно больше, но, как и в любой социальной сети, не все страницы являются постоянно активными.

Говоря о российской аудитории Facebook, она составляет чуть более 25 миллионов пользователей.

В нашей стране ежемесячная аудитория Facebook (15 млн. человек) уступает лидирующие места отечественным социальным сетям: “ВКонтакте” (30 млн. человек в месяц), “Одноклассники” (25 млн.), “Мой Мир”(23 млн.) и “LiveJournal”(16,5 млн.).

Для успешного интернет-маркетинга в России лучше обращаться помимо Facebook к одной из популярных российских социальных сетей, в зависимости от целевой аудитории организации.

Обширный анализ аудитории Facebook позволяет увидеть, что мужская аудитория уступает женской по количеству активных пользователей. Самый активный возрастной контингент данной социальной площадки: люди от 25 до 35 лет (25% от общего числа активных пользователей),

далее идут люди постарше: от 35 до 45 лет (до 23%) и пользователи от 45 до 55 (до 20%). Молодая аудитория Facebook (от 15 до 25) менее активна (около 7% от общего числа пользователей Facebook).

Кроме того, существует интересная статистика, которая отражает тот факт, что россияне становятся пользователями Facebook локально, а именно: самая большая степень использования данной социальной сети прослеживается в Центральном и Приволжском федеральных округах. Больше всего пользователей проживают в городах-миллионниках (около 40%).

Есть данные о том, что за 2015 год количество пользователей, которые посещали исключительно Facebook, составило 3% интернет-пользователей.

По общемировой статистике, Facebook остаётся на первом месте по количеству активных аккаунтов. Именно по этой причине большинство организаций стремятся развивать свои аккаунты на этой площадке.

# Инструменты SMM-маркетинга на площадке Facebook

Итак, основываясь на вышеописанные факты, можно прийти к выводу, что одним из основных видов интернет-маркетинга в наше время является маркетинг в социальных сетях, то есть Social Media Marketing (SMM).

SMM - динамично прогрессирующий процесс, за тенденциями и изменениями которого нужно постоянно следить, чтобы поддерживать эффективность проводимой маркетинговой работы.

Первым шагом для начала работы в социальной сети является создание страницы организации, на которую должна быть направлена будущая маркетинговая работа. Дополнительными важными методами работы является работа с аудиторией потенциальных покупателей/клиентов, работа над узнаваемостью бренда, поддержка репутации бренда и другие методы, которые можно назвать индивидуальными и нестандартными. Об этом как раз пойдёт речь в этой части работы.

Как мы уже говорили ранее, первым и важным шагом является создание страницы в Facebook. Сюда же можно отнести ведение данной страницы и её продвижение. Из инструментов можно выделить:

- **создание встреч и мероприятий, организованных сообществом.** Если кого-то из потенциальных потребителей заинтересует мероприятие, он обратит внимание на организатора, что станет дополнительным рекламным ходом для организации.
- **продакт-плейсмент (product placement)** - ненавязчивое упоминание рекламируемой страницы в других успешных тематических сообществах.
- при необходимости, **создание узконаправленной страницы для определенного продукта**, на продажу которого направлен маркетинг организации.
- **привязка вашего бренда на карту Foursquare** с упоминанием об этом на странице в Facebook

- **указание всей возможной контактной информации на странице сообщества в Facebook**

### Создание и развитие через страницу на Facebook собственных информационных площадок. Инструменты:

- **ведение корпоративного блога** и интеграция постов из блога на страницу в Facebook
- **создание регулярных постов от лица сообщества**
- **ведение регулярных рубрик под хэштегами**
- **обратная связь с пользователями**
- **интеграция контента с корпоративного сайта в социальные сети**
- **привязка аккаунтов из других площадок: Twitter**
- **создание узнаваемого фирменного стиля** одинакового для всех соцсетей и корпоративного сайта
- **линкбайтинг**. Привлекательный контент с кликабельными ссылками, направляющими на рекламируемый сайт
- **публикации статусов** на странице организации на Facebook
- **отметка пользователей Facebook**, которые участвуют в мероприятиях организации. Например, пострелиз о прошедшем мероприятии, в котором приняло участие 10 человек, имеющих аккаунты в Facebook. Если отметить страницы в публикации, публикация будет отображаться на “стене” пользователя.

### Проведение интерактивных акций

#### Инструменты:

- **организация и проведение вебинаров** для аудитории
- **проведение тематических опросов**, результаты которых интересны читателям
- **проведение игр и конкурсов** на странице Facebook. Главное, обязательно соблюдать сроки, заявленные в посте о конкурсе. После конкурса нужно опубликовать информацию о том, что обещание о вручении подарка/скидки и тд. состоялось
- **участие во флешмобах**. Необходимо следить за тенденциями в блогосфере. Нужно использовать информацию об актуальных тенденциях, интересных целевой аудитории бренда, в качестве доказательства того, что команда организации современна и активна



- **работа с популярными блогерами**, чья целевая аудитория совпадает или близка вашей ЦА
- **создание и распространение мемов** для “своих”. Нужно разбавлять юмором контент страницы в соцсети и делать пародии на популярные мемы, используя терминологию и тематику, понятную читателям страницы.

### Создание и раскрутка вирусных роликов, инфоповодов и другого вирусного контента

Инструмент:

- **простое размещение** на странице Facebook.

Другие инструменты:

- **таргетированная реклама** на Facebook. То есть реклама, которая транслируется в ленте пользователя и формируется посредством личных данных его аккаунта.
- **контекстная реклама**. Реклама, которая формируется через запросы (интересы) пользователя Facebook.
- **создание комьюнити-поддержки** для постоянной работы с клиентами на странице Facebook.

В любом случае, работа со страницей в социальной сети Facebook должна начинаться с интеграции всех постов из других социальных сетей, блогов и сайтов, которыми обладает бренд.

Как и в любом разделе маркетинга, маркетинг в социальных сетях подразумевает умение общаться с целевой аудиторией и креативный подход к рекламным записям. Таким образом формируется определенная репутация организации.

# Заключение

Итак, успешный маркетинг в социальной сети зависит от множества показателей.

В первую очередь, необходимо тщательно продумать и разработать стратегию ведения маркетинговой кампании: определить целевую аудиторию бренда, изучить информацию о спектре интересов аудитории потенциальных подписчиков, проанализировать поведение потенциальных подписчиков, разработать стратегию ведения страницы на Facebook, определить степень влияния маркетинга в социальных сетях на общие результаты маркетинговой компании организации.

Впоследствии нужно обратиться к следующим действиям: наладить контакт с профильными онлайн-изданиями для размещения рекламы на их площадке, проследить за поведением заинтересованной аудитории и подстроиться под неё, регулярно анализировать процесс работы маркетинговой кампании и делать выводы об успешно проделанной работе, сделать обязательным атрибутом работы со страницей в Facebook медиапланирование на ближайшее будущее, заниматься републикациями контента на странице в Facebook, использовать классические инструменты для работы в социальных сетях, следить за тенденциями в SMM сфере и не отставать от них и приспособить работу со страницей к новым инструментам для маркетинга в социальных сетях.

При соблюдении перечисленных выше условий работа со страницей на Facebook принесёт отличный неожиданный результат. Успехов!