

SMM-ВЛИЯНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ

В современных реалиях для того, чтобы бизнесу оставаться конкурентоспособным на рынке, нужно идти в ногу со временем и не отставать от тенденций. На данный момент эти возможности для бизнеса предоставляют медиапространство и социальные сети. Соцсети позволяют людям общаться, покупать и создавать контент. В их состав входят мессенджеры, блоги, видеохостинги, маркетплейсы и другие ресурсы. Соцсети для бизнеса — место для размещения рекламы и влияния на свою аудиторию при помощи контента. Социальное медиапространство является хорошим инструментом улучшения, а возможно, и полного формирования показателей для бизнеса. Квалифицированные сотрудники организации могут улучшить показатели своих продаж.

SMM-специалист — специалист, занимающийся продвижением и ведением социальных сетей для бизнеса, мастер по коммуникации с аудиторией. Он умеет подобрать интересный и полезный контент, ведет диалог с подписчиками социальной сети, отвечает на вопросы, информирует о скидках и специальных предложениях в истории или постах, создает и настраивает рекламу, формирует позитивный имидж компании.

В начале 2022 г. численность интернет-аудитории всего мира достигла 4,95 млрд пользователей. Сегодня интернетом пользуются 62,5 % населения мира. В январе 2022 г. насчитывалось в мире 4,62 млрд пользователей социальных сетей, т.е. 58,4 % от общей численности населения мира [1], в Беларуси — 8,05 млн белорусов, т.е. 85,1 % населения республики. Статистика пользователей соцплатформ представлена в таблице.

Численность пользователей соцплатформ, тыс.

Соцплатформа	В Беларуси	В мире
Instagram	3700	1 300 000
TikTok	3080	732 000 000
Facebook	700	2 800 000
Twitter	190	1 300 000

Исходя из статистики, можем сделать вывод: социальными платформами и в целом интернетом пользуется огромное количество людей. Таким образом, бизнесу необходимо развиваться внутри этой системы, так как пользователи интернета могут быть потенциальными клиентами бизнеса, даже включая пользователей не из Беларуси. Именно SMM поможет максимизировать долю той аудитории, которую можно привлечь в какую-либо из платформ [2]. В 2022 г. развитие и продвижение соцсетей стали невозможными без учета трендов — актуальных запросов пользователей.

В 2022 г. продвижение в интернете все больше идет в сторону автоматизации. Этот тренд касается и социальных сетей: достаточно нажать пару кнопок, чтобы запустить рекламу на релевантную аудиторию [3].

Источники

1. SMM (social media marketing) [Электронный ресурс] // UNISENDER. — Режим доступа: <https://www.unisender.com/ru/glossary/chto-takoe-smm/>. — Дата доступа: 30.11.2022.
2. Маркетинг в социальных сетях [Электронный ресурс] // Википедия. — Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki>. — Дата доступа: 30.11.2022.
3. Неочевидные тренды SMM 2022 [Электронный ресурс] // vc.ru. — Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/473973-neochevidnye-trendy-smm-2022>. — Дата доступа: 30.11.2022.