

## **СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА**

В настоящее время наблюдается интенсивный рост значимости социальных сетей для выполнения бизнес-функций. Однако число белорусских компаний, решивших серьезно обозначить свое присутствие в них, пока невелико. В то же время западные коллеги давно осознали, что социальные сети таят в себе огромный потенциал, и научились использовать его в своих целях. Социальные сети создали новую систему продаж, новые бренды, развили новый тип коммуникаций и создали новые возможности для бизнеса.

Современная социальная сеть – это идеальная площадка для продвижения на рынок товара или бренда, размещения баннерной и контекстной рекламы. Благодаря содержащейся в аккаунтах информации о пользователях появилась возможность составления детального портрета потенциального потребителя, что стало причиной широкого распространения таргетинговой рекламы. Также широко используются возможности вирусного маркетинга, пользователи активно делятся интересными и полезными для них рекламными сообщениями.

Продвигая продукты в сети, не стоит забывать о важности оказания клиентской поддержки, т. е. организации массовых консультаций в созданных сообществах. Компании дают консультации на удобной для клиентов территории, что одновременно позволяет снизить затраты на организацию call-центров и клиентского сервиса.

Также важным инструментом маркетинга в социальных сетях выступает управление репутацией компании. Управление репутацией подразумевает анализ обратной связи с аудиторией, реакцию на комментарии пользователей и воздействие на общественное мнение.

Чтобы выяснить, является ли работа компании в социальных сетях эффективной, необходимо с четкой регулярностью проводить их мониторинг. Это поможет получить информацию о текущем восприятии бренда, о работе конкурентов, о наиболее активных аудиториях и их влиянии на репутацию бренда.

Стоит отметить, что качественное продвижение в социальных сетях требует значительных материальных, людских, временных ресурсов. Большинство белорусских компаний не выделяют бюджет на данный вид продвижения либо стараются его минимизировать. Зачастую отсутствует еще один важный фактор – специалисты с навыками работы в сфере SMM.

По мнению экспертов, продвижение белорусских брендов в социальных сетях является «хаотичным». Зачастую основной целью является набор максимального числа подписчиков, но совсем не уделяется внимание работе с ними. Наилучший способ взаимодействия в такой среде – это диалог между пользователем и компанией. Поддерживая активный диалог, можно