

А. Ю. Хомченко, Е. П. Луковец
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Н. Е. Свирейко, канд. экон. наук, доцент

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБЪЕКТОВ НЕДВИЖИМОСТИ

В последнее время наблюдается усиление коммуникаций между людьми.

Ключевые тренды продвижения в социальных сетях:

1) ретаргетинг — показ определенных сообщений тем людям, которые уже когда-то что-то купили или уже пользовались данной услугой;

2) визуальная составляющая, к примеру Instagram. Такие сети становятся все более популярными. В них много аудитории, которая довольно активна;

3) взросление социальных сетей. Когда-то казалось, что основу составляют школьники и студенты, сейчас же это люди в возрасте от 25 до 32 лет;

4) отход от развлекательности к познавательности.

Ярким примером продвижения объектов недвижимости в социальных сетях является деятельность агентства недвижимости «Твоя столица». Например, в сообществе на сайте «ВКонтакте» публикуется интересная и полезная информация для тех, кто интересуется недвижимостью Минска. Также там можно найти обзоры, статистику, информационные материалы, новинки рынка недвижимости. Кроме того, предоставляется возможность задать вопрос специалистам.

В своем Instagram-аккаунте, в котором чуть меньше 10 тыс. подписчиков, специалисты агентства выкладывают как фотографии квартир, доступных для аренды, так и экскурсии по новостройкам, где можно увидеть интерьер дома и открывающийся вид из окон продаваемых квартир. Вдобавок в аккаунте публикуются достижения специалистов и отзывы клиентов.

На YouTube-канале агентства существует рубрика «#Недвижный эксперт», где рассматриваются важные и интересные вопросы.

Таким образом, использование социальных сетей становится все более эффективным средством продвижения объектов недвижимости. Их преимуществами являются простота в обращении, повышение узнаваемости компании, таргетированность рекламы, возможность непрерывного взаимодействия с потенциальными клиентами. Профессиональная работа с социальными сетями и SMM-продвижение оказывают положительное влияние на привлечение аудитории, узнаваемость бренда, лояльность и продажи.