

Норченко Виолетта Викторовна

студентка

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный

экономический университет»

г. Санкт-Петербург

DOI 10.21661/r-119636

SMM-ТЕХНОЛОГИИ В ПРОДВИЖЕНИИ КОММЕРЧЕСКОЙ КОМПАНИИ

Аннотация: в данной статье рассмотрены SMM-технологии в продвижении коммерческой компании. По мнению автора, SMM – это совершенно новый и весьма перспективный способ продвижения в социальных сетях, на форумах, блогах и во всех доступных социальных медиа-каналах.

Ключевые слова: SMM, форум, компания, социальные сети.

Мы живем в уникальное время. Социализация интернета диктует новые тренды. За всю историю человечества люди еще никогда не обладали такими способами коммуникации. Аудитория социальных сетей в общей сумме превышает миллиард пользователей и есть предположения, что в скором времени она обойдет показатели поисковых площадок.

Первостепенной задачей маркетинга всегда выступала направленность на целевую аудиторию, маркетинг есть там, где есть наши клиенты или потенциальные клиенты, поэтому социальные сети в настоящее время наиболее целевая площадка для развития коммерческой среды. Социальные сети дают возможность прямого воздействия на целевую аудиторию, а также предоставляют детальную статистику для расчета эффективности контакта.

Активность пользователей социальных сетей поражает, это именно те показатели, к которым столько времени стремились успешные интернет проекты. Можно говорить о том, что люди целенаправленно используют социальные сети для общения, тем самым это делает данную аудиторию весьма уникальной, так как ее нельзя найти на так называемых популярных форумах или порталах.

Именно поэтому в настоящее время каждый бизнес пытается перейти в сферу онлайн, в среду где можно охватить всех целевых представителей, быстро расширить рынок, получить всю информацию о своей целевой аудитории и сделать прямое предложение или настроить прямую рекламу.

SMM – это совершенно новый и весьма перспективный способ продвижения в социальных сетях, на форумах, блогах и во всех доступных социальных медиа-каналах. Он возник около 7 лет назад и уже успешно закрепил за собой позицию эффективного способа продвижения.

В настоящее время все больше компаний осознают необходимость использования данного инструмента, и все больше переходят на социальные сети для того чтобы быть ближе к своим клиентам и увеличивать уровень лояльности к бренду. Данный инструмент может быть направлен на решение множества проблем и выполнять различные функции, начиная от продаж, рекламы и заканчивая аналитикой. Если ваш бизнес еще не переведен в среду социальных сетей, и вы думаете, что это не эффективно, то ведущие ваши конкуренты уже давно опередили вас там. Не стоит думать, что если вы скептически относитесь к технологическим прорывам, то и весь рынок реагирует так же. В условиях жесткой конкуренции если ты не впереди, то ты далеко позади.

Так почему возник SMM и в чем его основная цель? При помощи данного инструмента компания имеет возможность взаимодействовать как с внешней, так и внутренней средой. Например, привлекать поставщиков, отслеживать действия конкурентов, делать заявления, осуществлять продажи, взаимодействовать со СМИ и создавать собственные информационные и корпоративные площадки.

Именно поэтому SMM ждет бурное развитие в ближайшем будущем, что непременно будет служить скачком для развития большего количества новых западных социальных площадок, аналитических программ и других дополнительных элементов данного инструмента, так как будущее уже заложено в сфере онлайн технологий.