

УДК 33.330.341.2

DOI 10.21661/r-530834

O.I. Радина, С.Л. Васенев, Д.В. Поверенная

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИННОВАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

Аннотация: целью данной статьи является выявление современных тенденций рекламы салонов красоты в социальных сетях, обоснование значимости использования социальных сетей как технологии позиционирования индустрии красоты и ее услуг, а также разработка идеи создания социальной сети, призванной предлагать и продвигать услуги салонов красоты в онлайн-режиме. Проанализированы методы использования социальных сетей, такие как ориентация на аудиторию, оформление страницы аккаунта, публикация контента, привлечение пользователей социальных сетей, запуск коммерческой рекламы.

Ключевые слова: социальные сети, салон красоты, целевая аудитория, рекламные посты, методы использования социальных сетей.

O.I. Radina, S.L. Vasenev, D.V. Poverennaya

SOCIAL NETWORKS AS AN INNOVATIVE TECHNOLOGY FOR POSITIONING IN THE BEAUTY INDUSTRY

Abstract: the purpose of this article is to identify the existing trends in the advertising of beauty salons in social networks, to substantiate the importance of using social networks as a technology for positioning the beauty industry and its services, as well as to develop the idea of developing a social network designed to offer and promote beauty salon services online. The methods of using social networks are analyzed, such as targeting an audience, designing an account page, publishing content, attracting users of social networks, and launching commercial advertising.

Keywords: social networks, beauty salon, target audience, advertising posts, methods of using social networks.

Социальная сеть – это онлайн-платформа, предназначенная для общения и создания социальных связей между организациями и людьми, у которых есть офлайн-связи или общие интересы. Кроме того, их значение особенно важно при продвижении товаров и услуг в различных сферах бизнеса. Социальные сети очень популярны, и количество пользователей социальных сетей, таких как Facebook, ВКонтакте и Instagram, постоянно растет. Конечно, эта направленность не осталась незамеченной. Вполне естественно, что социальные сети стали одним из наиболее эффективных и все более часто используемых способов продвижения бизнеса.

В основном работа маркетологов направлена на привлечение новых клиентов посредством социальных сетей, а также взаимодействие с имеющейся аудиторией. Деятельность в социальных сетях – это действенный инструмент информирования постоянных и потенциальных клиентов об акциях, скидках, новых и специальных предложениях. Возможность того, что клиенты ознакомятся с предложенной информацией, очень высока. Это связано с большой популярностью и частотой использования социальных сетей постоянными и потенциальными клиентами [2].

В современном мире деятельность салонов красоты тесно связана с социальными сетями. Как правило, продвижение услуг салона красоты в социальных сетях начинается с определения целей. Продвижение в социальных сетях может преследовать следующие цели [5]:

- познакомить потенциальных клиентов с необходимой и интересной информацией;
- устанавливать контакты с клиентами;
- сформировать позитивный образ салона красоты;
- направлять поток потенциальных клиентов на сайт компании;
- привлечь целевую аудиторию к процессу общения;
- выработать лояльность целевой аудитории.

Стоит отметить, что существует необходимость в доступе к нескольким социальным сетям, поскольку в зависимости от темы разные социальные сети могут иметь практически не пересекающиеся целевые аудитории.

Проанализируем методы использования социальных сетей на примере салонов красоты города Новошахтинска Ростовской области. Для индустрии красоты характерны следующие методы [1].

Метод 1: ориентация на аудиторию. Перед началом продвижения салона красоты и его услуг в социальной сети следует четко определить, кто является идеальным клиентом этого салона. Сколько ему лет, где он живет, каков его доход, что ему нравится и так далее. Эти характеристики следует использовать при создании страницы организации. В то же время системы Facebook, Instagram и ВКонтакте сделают профиль салона гораздо более заметным непосредственно для конкретной аудитории, а также направят ее в «Рекомендации» для определенного пользователя социальной сети.

Метод 2: оформление страницы аккаунта. При оформлении страницы необходимо уделить особое внимание выбору таких визуальных элементов, как фотография профиля и обложка. Они должны быть запоминающимися, эстетически привлекательными и заметными. Вам также следует создать и применять фирменный логотип салона. Изображения должны быть качественными и хорошо видимыми в небольшом формате.

На обложке профиля в Facebook и ВКонтакте можно разместить текст – рекламные или фирменные слоганы, а также информацию. А в Instagram можно добавлять в профиль «актуальные» истории с указанием прайс-листа, акций, новинок, мастер-классов и советов от мастеров салона. Помимо визуальной составляющей страницы, необходимо заполнить раздел «Информация» в Facebook и ВКонтакте, а именно указать часы работы, контактные данные, местонахождение салона и краткое описание услуг. Страница салона в Instagram должна уделять особое внимание выбору имени аккаунта. Это связано с тем, что пользователям этой социальной сети при поиске будут представлены варианты страниц, наиболее подходящие для запроса.

Метод 3: публикация контента. Основным способом привлечения аудитории на страницу салона в социальной сети является размещение интересного и полезного контента. На странице салона красоты рекомендуется размещать следующие виды постов:

- посты-тренинги: мастер-классы, статьи о новых услугах и тенденциях, полезные советы, экспертные мнения о техниках и процедурах;
- вовлекающие посты: конкурсы, вопросы, опросы для зрителей, обсуждение нестандартных ситуаций;
- информационные посты: актуальные новости о событиях в салоне и индустрии красоты, обзоры на новые виды услуг;
- развлекательные посты: мотивация, цитаты, забавные случаи из индустрии красоты, праздничные поздравления;
- посты-продажи: рекламные публикации и информация о рекламных предложениях и скидках.

Посты в Instagram должны заключать в себе самую интересную и полезную информацию. Необходимо помнить, что важен не только контент поста, но и его имидж. Картинка должна соответствовать тексту поста, быть эстетически грамотно подобранный и качественной.

Метод 4: привлечение пользователей социальной сети в профиль салона красоты. Для начала первыми подписчиками на странице могут быть друзья из своего личного профиля. Рекомендуется проводить конкурсы с розыгрышем призов. Например, сертификаты на услуги салона с условием написать комментарий или отметить друга.

Метод 5: запуск коммерческой рекламы. Основным достоинством сетей Facebook и ВКонтакте является возможность запуска рекламы всего за несколько кликов. В Facebook и Вконтакте реклама является таргетированной, что дает возможность точно ориентироваться аудиторию.

В Facebook есть следующие подходы продвижения рекламы [4]:

- функция «Поднять публикацию» позволяет размещать рекламный пост поверх других постов;

4 <https://interactive-plus.ru>

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

– настройка «Менеджера рекламы» – позволяет одновременно запускать различные рекламы в Facebook и Instagram и отслеживать их эффективность.

Способы продвижения рекламы в сети ВКонтакте следующие:

– таргетированная реклама, которая позволяет точно настроить свою аудиторию, выбрав конкретные характеристики целевой аудитории. Так как размер рекламного поля невелик, рекомендуется подобрать привлекающий внимание баннер;

– ретаргетинг «ВКонтакте», позволяет отображать рекламные материалы пользователям, которые уже знакомы с продуктом или услугой, посещая сайт или используя их ранее.

Рекламные посты демонстрируются в ленте пользователя социальной сети и дают большую возможность привлечения аудитории для повторного обращения.

В качестве примера успешного использования социальных сетей для продвижения услуг индустрии красоты возьмем салон красоты «Империя», расположенный в центре города Новошахтинск Ростовской области.

«Империя» – это салон красоты нового формата, создающий эстетический идеал на основе самых современных методов в области красоты. Несомненно, это самый известный и рейтинговый салон красоты г. Новошахтинск. Одной из главных причин его успеха является весьма эффективное использование большинства из приведенных нами методов продвижения ее услуг в социальных сетях.

Страница «Империи» в социальной сети ВКонтакте имеет оригинальный, узнаваемый дизайн, всю необходимую контактную информацию, график работы, миссию, а также ссылку на официальный сайт салона. Здесь у посетителей страницы есть возможность увидеть, оценить и прокомментировать работы мастеров «Империи». Организация активно ведет в своей группе ВКонтакте фотоотчеты и описания всех мероприятий и событий, происходящих в салоне красоты, проводит конкурсы с призами. На этой странице можно найти и полезные советы, видео творческого процесса работы мастеров. Также присутствуют по-

сты, рекламирующие партнеров салона. Количество подписчиков страницы салона красоты «Империя» во ВКонтакте составляет 2075 человек.

Страница в социальной сети Facebook этого салона красоты имеет содержание и вид, аналогичные ВКонтакте. Это связано с тем, что эти два сайта имеют схожий функционал, отличный, например, от весьма популярного Instagram. Количество подписчиков страницы салона красоты «Империя» во Facebook составляет 177 человек.

Особое внимание стоит уделить странице «Империи» в Instagram. Ведь это одна из самых популярных социальных сетей современности. Здесь также представлена вся необходимая основная информация о салоне. Но необходимо отметить весьма современный способ донесения информации до потенциальных и постоянных клиентов. Здесь можно найти работы мастеров, демонстрирующие высокий профессионализм. Яркие, информативные и шуточные посты привлекают внимание посетителей. Оформлен профиль в Instagram в одном эстетичном стиле, что также принимает особое участие в продвижении услуг «Империи». Количество подписчиков страницы салона красоты «Империя» в Instagram составляет 9 931 человек.

Теперь, когда необходимость использования социальных сетей для продвижения салонов красоты, а так же их услуг не стоит под сомнением, возникает вопрос – насколько удобно пользователям собирать информацию об одном салоне с разных социальных сетей для дальнейшего анализа и выбора одного, идеального салона? На примере салона «Империя» было выявлено резко отличающееся друг от друга количество подписчиков. Это может сбить с толку потенциальных клиентов, ведь в современном мире количество подписчиков нередко приравнивается к показателю качества. На основании маркетинговых исследований рекомендуется разработка единой социальной сети и соответствующего приложения, объединяющего все салоны и студии красоты. Эта сеть будет полезна не только клиентам, но и мастерам.

В данной социальной сети потенциальные и постоянные посетители салонов красоты смогут ознакомиться с прайс-листом, работами мастеров, узнать и

поделиться своим мнением с пользователями об эффективности работы тех или иных мастеров. Кроме того, будет предоставлена возможность записаться к мастеру на процедуру в онлайн-режиме. С помощью функции геолокации система подберет ближайшие к местонахождению пользователя салоны красоты и срав-нит цены.

Эта социальная сеть предназначена и для мастеров. Здесь они смогут обмениваться опытом, посещать вебинары и мастер-классы, делиться профессиональным юмором, проводить конкурсы, розыгрыши сертификатов на услуги. Такой сайт особенно будет полезен начинающим мастерам, у которых будет возможность оперативно получать ответы на интересующие их вопросы, полу-чать консультации от опытных мастеров. Помимо этого, мастера-новички мо-гут найти здесь модель для своей практики.

В социальной сети присутствуют привычные всем фотоальбомы, чат, ви-део- и аудиозаписи, контакты и сообщества. На своей странице пользователь указывает, кем он является: клиент, мастер в салоне или же мастер на дому. Вся необходимая информация представлена на личной странице. Сообществом в этой социальной сети могут быть как салон красоты, так и кабинет конкретного мастера. На странице сообщества имеется калькулятор предварительной стои-мости услуги. Кроме того, данная социальная сеть должна значительно облег-чить поиск мастеров, клиентов и необходимой информации. Полагается, что она будет весьма полезна и сумеет найти свое применение в сфере салонного бизнеса.

Стоит так же отметить необходимость создания одноименного приложе-ния, за установку и использование которого пользователям будут начисляться баллы. При желании их можно перевести в скидки на определенные виды услуг.

Подводя итог, следует отметить, что нет никаких сомнений в значимости социальных сетей в продвижении услуг салонного бизнеса. Ведь социальные медиа – это самый мощный инструмент интернет-маркетинга, который, при правильном его использовании даст превосходные результаты. Социальные се-

ти дают довольно широкий диапазон для продвижения товаров и услуг. Сейчас, прежде чем записаться в тот или иной салон к определенному мастеру, потенциальные клиенты первым делом изучают информацию в социальных сетях, что немаловажно, анализируют отзывы. Но и это не предел, инновационный процесс приведет к систематизации платформ салонного бизнеса и мобильности их использования. Так, рекомендуется создание социальной сети для мастеров и клиентов салонов и студий красоты.

Список литературы

1. Радина О.И. Концептуальное маркетинговое планирование в розничной сетевой торговле [Текст] / О.И. Радина, Н.А. Дмитриенко, М.В. Уварова. – Сборник материал. Всерос. науч.-практич. конф. с международным участием. Право, экономика и управление: актуальные вопросы. – Чебоксары: ИД «Среда», 2019. – 404 с.
2. Radina O.I. Science and education: trends and prospects: collection of scientific articles [Текст] / O.I. Radina, S.I. Ershova, I.S. Kolpikov. – New York, NY: Ascona Publishing, 2018. – P. 115–118.
3. Салон красоты «Империя» в Новошахтинске // Официальная страница ВКонтакте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com/beautyempire>
4. Салон красоты «Империя» г. Новошахтинск // Официальная страница Facebook [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://facebook.com/salonbeautyempire/>
5. Салон красоты Новошахтинск «Империя» // Официальная страница Instagram [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/salonempire/>

References

1. Radina, O. I., Dmitrienko, N. A., & Uvarova, M. V. (2019). Kontseptual'noe marketingovoe planirovanie v roznichnoi setevoi torgovle., 404. Cheboksary: ID "Sreda".

2. Radina, O. I., Ershova, S. I., & Kolpikov, I. S. (2018). Science and education: trends and prospects: collection of scientific articles., 115. New York, NY: Ascona Publishing.
 3. Salon krasoty "Imperiia" v Novoshakhtinske. Ofitsial'naia stranitsa VKontakte. Retrieved from <https://vk.com/beautyempire>
 4. Salon krasoty "Imperiia" g. Novoshakhtinsk. Ofitsial'naia stranitsa Facebook. Retrieved from <https://facebook.com/salonbeautyempire/>
 5. Salon krasoty Novoshakhtinsk "Imperiia". Ofitsial'naia stranitsa Instagram. Retrieved from <https://www.instagram.com/salonempire/>
-

Радина Оксана Ивановна – д-р экон. наук, профессор кафедры Управление и предпринимательство, Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет», Шахты, Россия.

Radina Oksana Ivanovna – doctor of economical sciences, professor, Department of Management and Entrepreneurship, Institute of Service and Entrepreneurship (a branch of) Don State Technical University, Shakhty, Russia.

Васенев Сергей Леонидович – канд. экон. наук, доцент кафедры Управление и предпринимательство, Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ФГБОУ ВО «Донской государственный технический университет», Шахты, Россия.

Vasenev Sergey Leonidovich – candidate of economic sciences, associate professor, Department of Management and Entrepreneurship, Institute of Service and Entrepreneurship (a branch of) Don State Technical University, Shakhty, Russia.

Поверенная Дарья Владимировна – студентка, Филиал ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет» в г. Новошахтинске, Новошахтинск, Россия.

Poverennaya Darya Vladimirovna – student, Novoshakhtinsk Branch of Southern Federal University, Novoshakhtinsk, Russia.
