

11. Ростелеком. [Электронный ресурс]: официальный сайт. URL: <https://moscow.rt.ru/> (дата обращения: 13.01.2021)
12. Скоробогатых И.И., Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности / И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчук / – М: Инфра-М, 2020.

**Нестерцева А. М.
Елисейкина В. В.**

Научный руководитель Шерстнёва О.М.

(УО «Воронежский государственный технический университет»)

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГА В INSTAGRAM

Аннотация: В статье проведен анализ страниц в социальной сети Instagram двух предприятий-конкурентов обувной промышленности Республики Беларусь: Belwest и Marko. Исследованы аналитические показатели контента. Даны рекомендации относительно необходимости увеличения внимания в социальной сети Instagram.

Ключевые слова: маркетинг, социальный медиа маркетинг, маркетинг в социальных сетях, маркетинг в Instagram, виды рекламы в Instagram.

FEATURES OF USING MARKETING ON INSTAGRAM

Abstract: The article analyzes the pages in the social network Instagram of two enterprises-competitors of the shoe industry of the Republic of Belarus: Belwest and Marko. The analytical indicators of the content are investigated. Recommendations are given regarding the need to increase attention in the social network Instagram.

Keywords: marketing, social media marketing, Instagram marketing, types of advertising on Instagram, targeting ads.

Социальные медиа актуальны в современном мире на протяжении многих лет. Сейчас люди посещают сайты социальных сетей не только с помощью компьютеров, но и с помощью мобильных приложений на своих планшетах и смартфонах и даже умных телевизорах. По состоянию на 2020 г. социальной сетью Instagram пользуются более миллиарда пользователей со всего мира. [1] В большинстве развитых стран маркетинг в Instagram уже используется на уровне других приемов маркетинга.

Из-за того, что маркетинг в социальных сетях только приобретает популярность в Республике Беларусь эта тема является либо недостаточно освещенной в научных трудах, либо устаревшей. Также мало уделено внимания вопросам медиа-маркетинга в каждой из социальных сетей, в частности в Instagram.

Маркетинг в социальных сетях, или SMM-комплекс мероприятий по использованию социальных медиа является каналом для продвижения предприятий и решения других бизнес-задач. Особенностью маркетинга в социальных сетях является то, что его можно направлять на определенную аудиторию. Самой многочисленной аудиторией Instagram в мире являются мужчины и женщины моложе 34 лет (рисунок 1).

Согласно рисунку 1, наибольшей по численности аудиторией является возрастная группа 25-34 года, которая составляет 16,5 % (женщины) и 16,6 % (мужчины) от общего количества респондентов. Несколько меньше 15,7 % и 13,9 % (соответственно мужчины и женщины) – 18-24 года. Это значит, что этой социальной сетью пользуется преимущественно молодежь. Поэтому если предприятия намерены предоставлять услуги/сбывать продукцию, то им следует в большей степени ориентироваться на такие показатели.

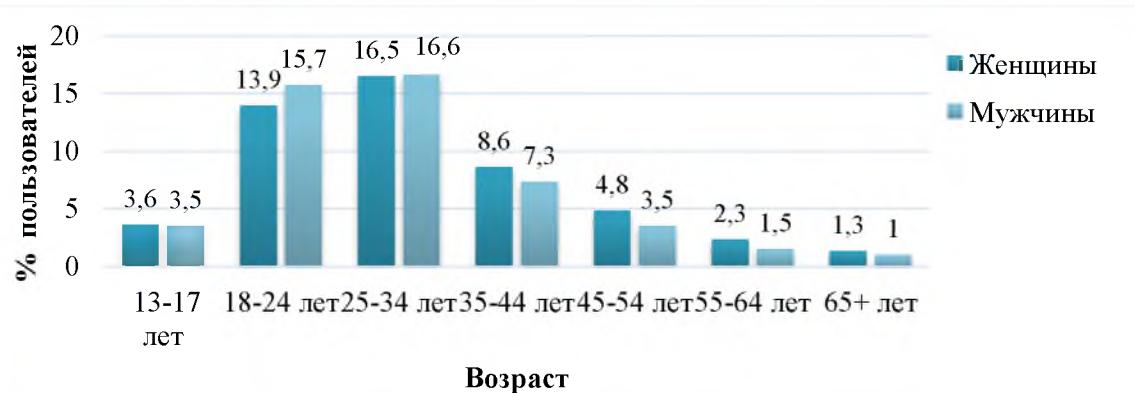


Рисунок 1 – Половозрастное разделение пользователей Instagram на октябрь 2020 года

Источник: составлено авторами на основе [1].

С целью практического анализа применения маркетинга в социальных сетях сравним страницы в Instagram двух предприятий-конкурентов обувной промышленности Республики Беларусь: Belwest и Marko. Их аналитические показатели выведенные на основании последних 5 постов представлены на рисунке 2:

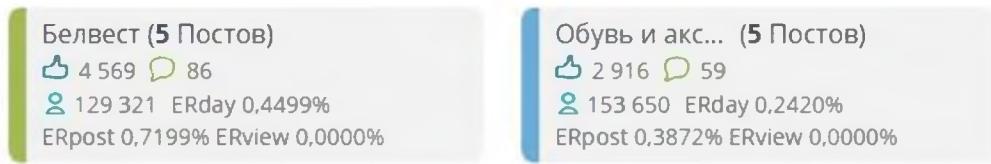


Рисунок 2 – Аналитические показатели контента

Источник: составлено авторами по данным [3,4]

Мы видим, что общее число подписчиков на аккаунте Marko превышает количество подписчиков на аккаунте Belwest, однако число лайков, комментариев и вовлеченности (ERday, ERpost) значительно больше на аккаунте Belwest. Для более наглядного представления информации воспользуемся рисунком 3.

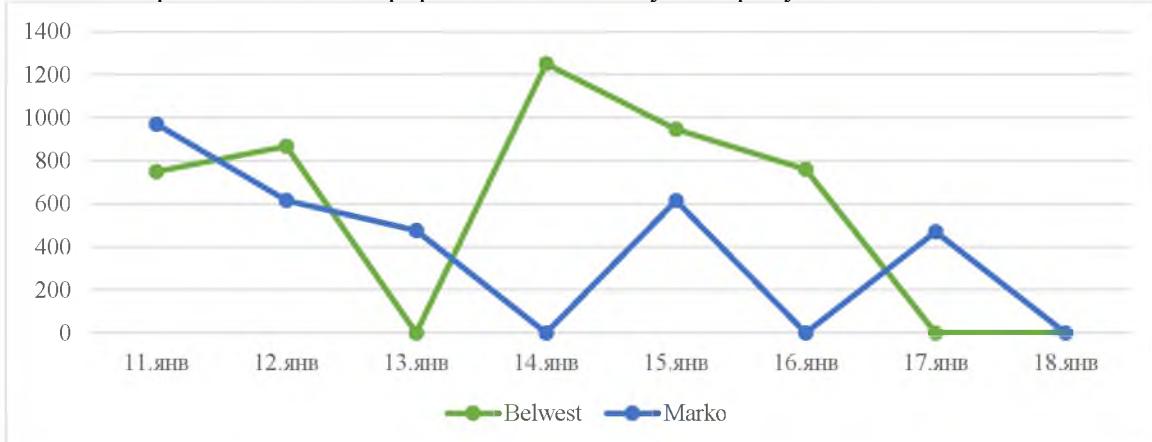


Рисунок 3 - Общая характеристика активности (лайки и комментарии) за период 11 -18 января 2021 г.

Источник: составлено авторами на основе [3,4].

По данным рисунка 3 более высокий уровень активности за анализируемый период

наблюдается на аккаунте Belwest, менее на аккаунте Marko.

Анализ активности по времени суток на обоих аккаунтах приблизительно совпадает, больше популярностью пользуются вечерние часы с 18 до 23 включительно.

Анализируя активность пользователей по дням недели, стоит заметить, что на обоих аккаунтах посещения зафиксированы в понедельник, вторник, пятницу. А вот к середине недели и выходным наблюдается пробел в активности: на аккаунте Belwest посещений не зафиксировано в среду и воскресенье, а на аккаунте Marko – в четверг и субботу. [3,4]

В качестве рекомендаций для успешной рекламной кампании в социальной сети авторами предлагается разработать следующую контент-стратегию. [2]

1. Заманивание клиентов:

- Создавать качественные фото, подписывать их.
- Использовать и создать свой хэштеги, с помощью которых пользователи смогут найти страницу. Лучше использовать такой хэштег как #тортвитеbsk, чем #торт, потому что по первому посвящению количество публикаций будет меньше, а следовательно и конкуренция.
- Применять геотегирование. Она позволяет геотегировать свои фотографии с местом, где они были сделаны, которые затем добавляются к фотографии.
- Планирование публикаций заранее. За помощью отложенных публикаций, в Facebook Creator Studio, можно составлять контент-план. С его помощью владелец страницы может не беспокоиться, что ему потребуется в определенное время опубликовать сообщение.

2. Формирование взаимодействия с покупателями:

- Распространение фото других пользователей с продукцией.
- Оставление доброжелательных комментариев на страницах своих читателей..
- Использование возможностей Instagram Direct.
- Отслеживать как положительные, так и отрицательные отзывы.

3. Отслеживание и анализ деятельности в Instagram. Проводить анализ результативности публикаций можно во вкладке «статистика».

Таким образом, для увеличения объемов продаж, за счет привлечения новых покупателей, одним из наиболее привлекательных маркетинговых решений является создание и развитие бизнес-страницы. Самой большой аудиторией пользователей Instagram являются люди возрастом 18-35 лет. Благодаря коммуникации в социальной сети Instagram любое предприятие может получить узнаваемость, привлечь новых потребителей, что в свою очередь приведет к увеличению объемов сбыта и прибыли.

Список литературы

1. Distribution of Instagram users worldwide as of October 2020, by age and gender. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.statista.com/statistics/248769/age-distribution-of-worldwide-instagram-users/> (дата обращения: 16.01.2021).
2. Stelzner M. Social media marketing industry report : How marketers are using social media to grow their businesses. Social Media Examiner [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.socialmediaexaminer.com/social-mediamarketing-industry-report-2015> (дата обращения: 17.01.2021).
3. Страница belwest.shoes в социальной сети Instagram [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.instagram.com/belwest.shoes/?hl=ru> (дата обращения: 10.01.2021).
4. Страница markoholding в социальной сети Instagram [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.instagram.com/markoholding/?hl=ru> (дата обращения: 10.01.2021).