

УДК 339.13

НИГМАТЗЯНОВА АДЕЛЬ ВАЗИХОВНА

студентка 3 курса магистратуры заочной формы обучения Института экономики, финансов и бизнеса Башкирского государственного университета (ИНЭФББашГУ),
e-mail: alni22@list.ru

SMM КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ КОММУНИКАТИВНОЙ ПОЛИТИКИ СОВРЕМЕННЫХ КОМПАНИЙ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Аннотация. В статье рассмотрена тема комплекса Socialmediamarketing (SMM) как важного инструмента современного комплекса маркетинга и необходимая часть коммуникативной политики коммерческих компаний в сети интернет. **Целью исследования** является рассмотрение современных основ, разработка практических рекомендаций по формированию коммуникативной политики организации в сети интернет. **Предметом исследования** выступают экономические отношения, возникающие в процессе формирования коммуникативных связей. **Теоретико-методологическая основа исследования:** фундаментальные и прикладные научные исследования в области разработки маркетинговой стратегии, исследования крупных зарубежных исследовательских центров и компаний, стратегического управления, построения коммуникативной политики предприятия в сети интернет, методические рекомендации по разработке маркетинговой стратегии, материалы периодической печати. Автором проведен анализ современных основ формирования коммуникативной политики организации, сформулированы в единые таблицы ключевые данные и сделаны выводы, способные стать дополнительным инструментом продвижения экспертов в области прикладного маркетинга. В ходе исследования большого массива данных были сформулированы основные механизмы по построению коммуникативной политики в сети интернет. Во-первых, стремительный рост популярности мессенджеров вскоре приведет к появлению новых рекламных возможностей для маркетологов. До сих пор большинство компаний предпочитают инвестировать в социальные сети, но так как органический охват в них продолжает сокращаться, многие маркетологи начнут осваивать новые платформы. Во-вторых, инвестиции в социальную рекламу на данный момент времени считаются залогом успешного продвижения, и цифры только подтверждают этот факт. В-третьих, вовлеченность выступает основным показателем эффективности рекламы - все данные еще раз подтверждают, что социальные сети являются эффективным инструментом для улучшения коммуникативных связей в сети Интернет.

Ключевые слова: маркетинг, SMM, интернет, коммуникативная политика

NIGMATZYANOVA ADELE VAZIKHOVNA

student 3 rates of a magistracy of extramural studies of Institute of economy,
finance and business of the Bashkir state university (ИНЭФББашГУ),
e-mail: alni22@list.ru

SMM AS AN INDISPENSABLE PART OF COMMUNICATIVE POLICY OF MODERN COMPANIES ON THE INTERNET

Abstract. This manuscript discusses the topic of Social Media Marketing (SMM) as an important instrument of a modern complex of marketing, and a necessary part of the communicative policy of commercial companies on the Internet. **The goal of the study** is discussing the modern foundations, developing practical recommendations on forming a communicative policy of an organization on the Internet. The author had completed an analysis of modern foundations of forming a communicative policy of an organization, formulated key data into single tables, and made conclusions capable to become an additional instrument of promoting experts in the field of applied marketing. In the process of the study of a large array of data we have formulated the main mechanisms of building a communicative policy on the Internet.

Keywords: marketing, SMM, the Internet, a communicative policy.

Мир находится в постоянном движении, запросы потребителей постоянно меняются, и комплекс действий, входящий в маркетинговую стратегию фирмы, должен учитывать и подстраиваться под эти изменения. SMM (SocialMediaMarketing) – эксперты называют продвижение услуг и товаров в социальных сетях, которые обозначаются в маркетинге как социальные медиа. SMM является популярным инструментом крупных современных коммерчески успешных компаний.

Проблема построения грамотной коммуникативной политики современных компаний в сети интернет, на наш взгляд, связана с тем, что сегодня существуют факторы, ограничивающие возможности восприятия современного маркетинга специалистами этой области и определяющие его качественные отличия от классической модели. Неблагоприятные факторы внешней среды во многом связаны с неполноценностью современных маркетинговых структур, нестабильным состоянием экономики и несовершенством законодательства. Теоретико-методологической основой исследования выступили фундаментальные и прикладные научные исследования в области разработки маркетинговой стратегии и построения коммуникативной политики предприятия в сети интернет, методические рекомендации по разработке маркетинговой стратегии, материалы периодической печати. По данным eMarketer[19], 2,48 миллиардов человек со всего мира используют соцсети. И это число уверенно растет каждый год, во многом благодаря распространению смартфонов и мобильного интернета в развивающихся странах. В прошлом году во всем мире 74,7% владельцев смартфонов для входа в соцсети использовали свои мобильные девайсы, причем 82,5% из них делали это минимум раз в месяц. Facebook остается самой популярной платформой в мире. Более 1,54 миллиардов людей или 62,2% всех пользователей соцсетей в 2017 заходили в Facebook минимум раз в месяц. И именно поэтому - социальные сети являются эффективным инструментом маркетинга и продаж, особенно для малого и среднего бизнеса. С помощью SMM компании повышают узнаваемость своего бренда и расширяют охват, привлекают трафик. В таблице 1 приведена ключевая статистика SMM по четырем типам данных.

Таблица 1

Ключевая статистика SMM по четырем типам данных

Демографические данные	75% пользователей интернета мужского пола зарегистрированы в Facebook, женского – 83% [5]. Распределение аудитории ВКонтакте по уровню дохода выглядит следующим образом: хватает только на еду – 2,5 миллиона, хватает на еду и одежду – 18,6 миллионов, могут покупать дорогие вещи – 16,7 миллионов, полный достаток – 0,28 миллионов. Женщины (38%) чаще используют Instagram, чем мужчины (26%) [20]. 81% миллениалов заходят в Twitter минимум раз в день. [5]. 22% всего мирового населения используют Facebook [14].
Данные об использовании	У ВКонтакте 97 миллионов пользователей в месяц. Эта социальная сеть является пятой по популярности в мире. ВКонтакте – лидер по охвату мобильной аудитории. Ежемесячный охват сети составляет 77%, ежедневный – 55%. При этом, в среднем каждый день, пользователи проводят на платформе 26 минут с мобильных устройств и 34 минуты с ПК. За последний квартал 2017 1,37 миллиардов активных пользователей заходили в Facebook ежедневно. При этом ежедневно активные пользователи составляют 66% от ежемесячно активных [14]. Число регистраций в Одноклассниках выросло на 13%, теперь в социальной сети 330 миллионов пользователей. Мобильных пользователей приложения Одноклассники стало на 11% больше, чем в прошлом году. Ежемесячная аудитория, заходящая в Одноклассники только с мобильных устройств, выросла на 17% и составила 33 миллиона человек [3]. 51% пользователей Instagram заходят на платформу каждый день, 35% – несколько раз в день [20]. Только 10 тысяч видео на YouTube привлекло более миллиарда просмотров. Более половины просмотров видео на YouTube приходится на мобильные устройства [17]. 29% пользователей смартфонов используют такие мессенджеры, как Whatsapp и Viber. Ожидается, что интерес брендов к этим платформам будет уверенно расти [5].

Продолжение таблицы 1

Данные по контенту	ВКонтакте в сутки публикуется 17 миллионов постов, ставится миллиард лайков, пишется 27 миллионов комментариев, отправляется 6 миллиардов сообщений и просматривается более 400 миллионов видео и 9 миллиардов постов. Количество авторов контента в Одноклассниках выросло на 20% (в России) по сравнению с прошлым годом. Ежедневная аудитория видео в Одноклассниках выросла на 30%, при этом время просмотра увеличилось вдвое. Загрузки видео с мобильных устройств выросли на 56%. Видео набирают 500 миллионов просмотров в день. Этот показатель вырос на целых 60% по сравнению с прошлым годом. Стримы в Одноклассниках набирают популярность. За сутки их просматривают 70 миллионов раз, что в 50 раз больше, чем было в прошлом году. Ежедневная аудитория OK Live выросла вдвое, а количество загрузок приложения – в 3,5 раза.
--------------------	---

В интернете имеется множество аналитических данных о социальных сетях. Некоторая часть статистических данных отражена в таблице 2.

Таблица 2

Статистика использования социальных сетей

Facebook	Наибольшей популярностью соцсеть пользуется в Индии, в этой стране 30 миллионов поклонников Facebook [12]. Каждый день на платформе просматривается 8 миллиардов видео [9]. 5 миллионов аккаунтов Facebook принадлежит детям младше 10 лет [10]. 58% мам соцсети подписаны на страницы любимых брендов [13].
Instagram	У профиля соцсети больше всего подписчиков в Instagram - на него подписано более 233 миллионов человек [11]. 80% пользователей подписаны по крайней мере на один бизнес-аккаунт, 200 миллионов из них следят за обновлениями любимых брендов. Ведущие бренды любят Instagram, 85% из них присутствуют в соцсети [15].
YouTube	В YouTube каждый месяц загружается больше видео, чем создали три ведущие телекоммуникационные компании за 60 лет. YouTube – второй по популярности поисковик в мире после Google, в него вбивают 3 миллиарда запросов в месяц. Средняя сессия на платформе длится 40 минут. На YouTube приходится половина времени, которое люди тратят на просмотр видео в интернете и по tv [18].
ВКонтакте	Ежедневно в соцсеть заходит 97 миллионов пользователей. Каждые сутки пользователи ВКонтакте обмениваются 5 миллиардами сообщений. 77% аудитории соцсети – мобильные пользователи. По активности аудитории ВКонтакте занимает второе место в России и странах СНГ, его на 2% опережает YouTube. Каждый день пользователи просматривают более 9 миллиардов записей [4].
Одноклассники.ru	Большинство (27%) пользователей соцсети старше 25 лет, но младше 34 лет. 40% аудитории проживает в небольших городах численностью до 100 тысяч человек. Всего в соцсети более 330 миллионов пользователей. Рекордное число просмотров видео на платформе составило 500 миллионов в сутки [2].

BufferTheStateofSocial 2018 Report [16]: совместно с SocialMediaWeek опросили 1 700 маркетологов, чтобы понять, какие подходы к SMM они предпочитают. С помощью отчета StateofSocialMedia 2018 можно выделить три важных вывода, которые делают маркетинг в этом году еще более эффективным.

1. Мессенджеры – перспективное направление развития

За последние несколько лет популярность мессенджеров значительно выросла. Сегодня больше людей используют топ-4 приложения мессенджеров (WhatsApp, Messenger, WeChat и Viber), чем топ-4 приложения соцсетей (Facebook, Instagram, Twitter и LinkedIn). При этом только 20% компаний инвестировали в маркетинг на этих перспективных платформах. Стремительный рост популярности мессенджеров вскоре приведет к появлению новых рекламных возможностей для маркетологов. До сих пор большинство компаний предпочитают инвестировать в социальные сети, но так как органический охват в них продолжает сокращаться, многие маркетологи начнут осваивать новые платформы.

2. Инвестиции в социальную рекламу – залог успешного продвижения

45% респондентов считают свой маркетинг в соцсетях «отчасти эффективным», а 29% – «очень эффективным». При этом оказалось, что компании, которые инвестировали в рекламу в социальных сетях, вдвое чаще называли свой маркетинг «очень эффективным». Те же маркетологи, которые не вкладывали средства в платное продвижение, вдвое чаще определяли свои усилия как «неопределенные» или «очень неэффективные».

3. Вовлеченность – основной показатель эффективности рекламы

42% респондентов назвали вовлеченность основным инструментом измерения ROI рекламных кампаний в соцсетях. Далее следуют лиды (17%) и продажи (15%). При этом на вовлеченность ориентируется и малый бизнес, и крупные организации. Эти данные еще раз подтверждают, что социальные сети являются скорее инструментом для увеличения вовлеченности, чем для прямых продаж.

В отчете SocialMediaExaminerStelzner M. [6] недавно были опубликованы свежие данные о состоянии индустрии SMM в 2018 году. В ходе исследования было опрошено 5 700 маркетологов, чтобы понять, каким стратегиям и тактикам они отдают предпочтение в своей работе. Опрос проводился в январе 2018, в нем приняло участие 5 726 респондентов. Большинство из них (38%) работают на малый бизнес с 2-10 сотрудниками, на втором месте – предприниматели (21%). 18% опрошенных маркетологов работают в крупных компаниях с более чем 100 сотрудников. Ниже приведены основные выводы данного исследования.

1. Основные вопросы SMM-специалистов

У респондентов спросили, хотят ли они получить ответы на популярные в сфере SMM вопросы. На графике ниже видно, кто согласился или полностью согласился с тем, что хочет получить на них ответы. 84% опрошенных маркетологов хотят узнать ответ на все эти вопросы:

- Какие социальные сети самые эффективные?
- Как лучше вовлекать мою аудиторию в социальных сетях?
- Как использовать платное продвижение в соцсетях?
- Как оценить окупаемость инвестиций в SMM?
- Какие инструменты для самые лучшие?
- Как создать стратегию?
- Как найти мою целевую аудиторию в соцсетях?

2. Опыт использования соцсетей

У 72% маркетологов за плечами минимум 2 года опыта продвижения в соцсетях. У 17% опыт менее 12 месяцев, 11% – один год. 28% маркетологов могут похвастаться опытом работы с SMM более 5 лет. Чуть больше трети маркетологов (36%) назвали SMM своей основной обязанностью. 64% дополнительно работают над выполнением других задач.

3. Измерение окупаемости SMM

Респондентов попросили выразить свое согласие или несогласие со следующим утверждением: «Я могу измерить окупаемость инвестиций в SMM». Вот как ответили маркетологи:

Только 44% согласились с этим утверждением. В прошлом году этот показатель был равен 38%.

4. Преимущества SMM

87% маркетологов указали, что SMM помог им расширить охват бренда. Увеличение трафика занимает второе место – 78%. За последние 4 года эти два преимущества маркетинга в соцсетях уверенно держат первые позиции.

Но по остальным пунктам произошел ряд изменений:

Генерация лидов: 2018 – 64%, 2017 – 66%

Укрепление лояльности: 2018 – 63%, 2017 – 69%

Анализ рынка: 2018 – 54%, 2017 – 66%

Рост продаж: 2018 – 53%, 2017 – 52%

Поиск партнеров: 2018 – 49%, 2017 – 53%

Идейное лидерство: 2018 – 46%, 2017 – 57%

Возможно, понимание SMM как неотъемлемой части коммуникативной политики современных компаний в сети интернет все еще останется недооцененным, однако, проанализировав большое количество данных, в том числе данные крупных зарубежных авторитетных источников, можно с уверенностью сказать, что многие компании уже активно используют SMM как коммуникативный инструмент маркетинга. Начать работу над проблемой построения грамотной коммуникативной политики современных компаний необходимо с помощью вышеперечисленных социальных медиа и предлагающихся к ним инструментов, которые на сегодняшний момент уже выступают как активные элементы коммуникативной политики организаций и оказывают существенное влияние на коммерческие результаты компаний.

Литература

1. Ожерельева Е.М. Эффективность SMM как коммуникационной технологии // *Бенефициар*. 2016. № 3 (3). С. 6-8.
2. Аудитория «Одноклассников» превысила 330 млн пользователей [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5a572ee39a7947463987d219>
3. <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5a572ee39a7947463987d219>
4. ОК показали рост ежедневной аудитории и вовлеченности пользователей в 2017 [Электронный ресурс]. URL: <https://insideok.ru/blog/ok-pokazali-rost-ezhednevnoy-auditorii-i-vovlechennosti-polzovateley-v-2017>
5. Davies D. Meet the 7 Most Popular Search Engines in the World [Электронный ресурс]. URL: <https://www.searchenginejournal.com/seo-101/meet-search-engines/>
6. Greenwood S., Perrin S., Duggan S. Methodology // [Электронный ресурс]. URL: <http://www.pewinternet.org/2016/11/11/social-media-update-2016-methodology/>
7. Stelzner M. 2018 Social Media Marketing Industry Report // [Электронный ресурс]. URL: <https://www.socialmediaexaminer.com/social-media-marketing-industry-report-2018/>
8. Team T. Facebook's Strong Ad Revenue Growth To Continue // [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.com/sites/greatspeculations/2017/10/30/facebooks-strong-ad-revenue-growth-to-continue/#6dc6d8416fe7>
9. Extend the Reach of Video Ads through the Audience Network // [Электронный ресурс]. URL: <https://www.facebook.com/business/news/brand-videos-in-audience-network>
10. Facebook Climbs To 1.59 Billion Users And Crushes Q4 Estimates With \$5.8B Revenue // [Электронный ресурс]. URL: <https://techcrunch.com/2016/01/27/facebook-earnings-q4-2015/>
11. Five million Facebook users are 10 or younger // [Электронный ресурс]. URL: <https://www.consumerreports.org/cro/news/2011/05/five-million-facebook-users-are-10-or-younger/index.htm>
12. Instagram accounts with the most followers worldwide as of November 2018 (in millions) // [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/statistics/421169/most-followers-instagram/>
13. Leading countries based on number of Facebook users as of October 2018 (in millions) // [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users/>
14. Moms Are Biggest Brand Boosters on Facebook // [Электронный ресурс]. URL: <https://mashable.com/2012/06/29/moms-most-influenced-brand-likes-on-facebook-infographic/#L0SVzYbzs5qY>
15. Percentage of global population using Facebook as of June 2017, by region [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/statistics/241552/share-of-global-population-using-facebook-by-region/>
16. The complete guide to social media and the beauty industry // [Электронный ресурс]. URL: <https://sproutsocial.com/insights/#sm.000zqnzrh14o3df5va82jlau9qoo0>
17. The State of Social 2018 Report: Your Guide to Latest Social Media Marketing Research [New Data] [Электронный ресурс]. URL: <https://blog.bufferapp.com/state-of-social-2018>
18. YouTube Company Statistics // [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statisticbrain.com/youtube-statistics/>
19. YouTube on TV or TV on YouTube? The blurred lines of online video consumption // [Электронный ресурс]. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/youtube-television-online-video-consumption/>
20. Worldwide Social Network Users Update: eMarketer's Estimates and Forecast for 2016–2021, with a Focus on Instagram [Электронный ресурс]. URL: <https://www.emarketer.com/Report/Worldwide-Social-Network-Users-Update-eMarketers-Estimates-Forecast-20162021-with-Focus-on-Instagram/2002170>
21. 33 Mind-Boggling Instagram Stats & Facts for 2018 // [Электронный ресурс]. URL: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/04/20/instagram-statistics>

References:

1. Ozherleva E.M. The effectiveness of SMM as a communication technology // *Beneficiary*. 2016. № 3 (3). Pp. 6-8.
2. The audience of Odnoklassniki exceeded 330 million users [Electronic resource]. URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5a572ee39a7947463987d219>
3. <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/5a572ee39a7947463987d219>
4. OK showed an increase in the daily audience and user engagement in 2017 [Electronic resource]. URL: <https://insideok.ru/blog/ok-pokazali-rost-ezhednevnoy-auditorii-i-vovlechennosti-polzovateley-v-2017>
5. Davies D. Meet the 7 Most Popular Search Engines in the World. URL: <https://www.searchenginejournal.com/seo-101/meet-search-engines/>

- www.searchenginejournal.com/seo-101/meet-search-engines/
6. Greenwood S., Perrin S., Duggan S. *Methodology* // [Electronic Resource]. URL: <http://www.pewinternet.org/2016/11/11/social-media-update-2016-methodology/>
 7. Stelzner M. 2018 *Social Media Marketing Industry Report* // [Electronic Resource]. URL: <https://www.socialmediaexaminer.com/social-media-marketing-industry-report-2018/>
 8. Team T. *Facebook's Strong Ad Revenue Growth To Continue* // [Electronic Resource]. URL: <https://www.forbes.com/sites/greatspeculations/2017/10/30/facebooks-strong-ad-revenue-growth-to-continue/#6dc6d8416fe7>
 9. *Extend the Video Ads through the Audience Network* // [Electronic resource]. URL: <https://www.facebook.com/business/news/brand-videos-in-audience-network>
 10. *Facebook Climbs To 1.59 Billion Users And Crushes Q4 Estimates With \$ 5.8B Revenue* // [Electronic Resource]. URL: <https://techcrunch.com/2016/01/27/facebook-earnings-q4-2015/>
 11. *Five million Facebook users are 10 or younger* // [Electronic Resource]. URL: <https://www.consumerreports.org/cro/news/2011/05/five-million-facebook-users-are-10-or-younger/index.htm>
 12. *Instagram (with millions) of November 2018 (in millions)* // [Electronic resource]. URL: <https://www.statista.com/statistics/421169/most-followers-instagram/>
 13. *October 2018 (in millions)* // [Electronic resource]. URL: <https://www.statista.com/statistics/268136/top-15-countries-based-on-number-of-facebook-users/>
 14. *Moms Are Biggest Brand Boosters on Facebook* // [Electronic Resource]. URL: <https://mashable.com/2012/06/29/moms-most-influenced-brand-likes-on-facebook-infographic/#LOSvZybs5qY>
 15. *Percentage of global population using Facebook as of June 2017, [region]* [Electronic resource]. URL: <https://www.statista.com/statistics/241552/share-of-global-population-using-facebook-by-region/>
 16. *The guide to the industry and the beauty industry* // URL: <https://sproutsocial.com/insights/#sm.000zqnzrh14o3df5va82jlau9qoo0>
 17. *Social Media Marketing Research [New Data]* [Electronic Resource]. URL: <https://blog.bufferapp.com/state-of-social-2018>
 18. *YouTube Company Statistics* // [Electronic Resource]. URL: <https://www.statisticbrain.com/youtube-statistics/>
 19. *YouTube on TV or TV on YouTube? The blurred lines of online video consumption* // [Electronic Resource]. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/youtube-television-online-video-consumption/>
 20. *Worldwide Social Network Users Update: eMarketer's Estimates and Forecast for 2016–2021, with a Focus on Instagram* [Electronic Resource]. URL: <https://www.emarketer.com/Report/Worldwide-Social-Network-Users-Update-eMarketers-Estimates-Forecast-20162021-with-Focus-on-Instagram/2002170>
 21. *33 Mind-Boggling Instagram Stats & Facts for 2018* // [Electronic resource]. URL: <https://www.wordstream.com/blog/ws/2017/04/20/instagram-statistics>