

– и самое важное – цель. Она будет больше мотивировать и не даст потратиться на ненужные мелочи.

**Заключение.** Потребности человека и его возможности очень часто не совпадают. Необходимо с детского возраста объяснять, откуда берутся деньги, как их зарабатывают и для чего они нужны. Таким образом, важно научиться планировать семейный бюджет, еще с детского возраста, живя с родителями, что поможет в дальнейшем при создании своей семьи [2].

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Планирование семейного бюджета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://benefit.by/page/show/articles/472>. – Дата доступа: 02.04.2023.
2. Как вести семейный бюджет? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.renlife.ru/for\\_clients/articles/expert\\_opinion/kak-vesti-semeynnyu-byudzheta/](https://www.renlife.ru/for_clients/articles/expert_opinion/kak-vesti-semeynnyu-byudzheta/). – Дата доступа: 02.04.2023.

УДК 004

#### SMM-МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

*А. В. Кузовлева, В. Д. Витченко, студенты группы 10503120 ФММП БНТУ, научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О. Н. Монтик*

*Резюме – в научной работе рассматривается понятие SMM, Этапы процесса внедрения SMM маркетинга в социальных сетях, основные задачи SMM-менеджера, преимущества и недостатки SMM-продвижения.*

*Resume – the scientific work examines the concept of SMM, the stages of the process of implementing SMM marketing in social network, the main tasks of the SMM manager, advantages and disadvantages of SMM promotion.*

**Введение.** В современном мире интернет и социальные сети стремительно набирают популярность среди людей всех возрастов. Ежедневно в каждой социальной сети появляются новые пользователи и возникает множество бизнес-проектов. В сумме аудитория интернет площадок превышает миллиард пользователей и ближайшем будущем обгонит аудиторию поисковых систем, таких как: google, yandex и т. д. Множество пользователей выходят на социальные площадки с целью общения, а так же с целью продвижения своих услуг. Данные платформы предоставляют безграничные возможности как для малого бизнеса, так и для крупных организаций. Следовательно, каждому бизнесу необходимо продвижение и реклама для продаж своей продукции и они используют SMM маркетинг для продвижения продукции и услуг [1].

**Основная часть.** Маркетинг в социальных сетях – это полноценный маркетинг, а не только продвижение через различные социальные платформы [1]. Он играет важную роль для пользователей социальных сетей, поскольку продвижение своих услуг было актуально всегда. Существует несколько этапов внедрения SMM в социальных сетях. Первое и самое

важное – определение целевой аудитории. Важно направить все усилия на продвижение продукта нашего клиента и выделить его среди конкурентов. Контент должен быть направлен на заинтересованную целевую аудиторию для того, чтобы получить высокий результат [2]. Второе – определение ключевых задач компании. Необходимо выделить основные цели для продвижения для дальнейших действий продвижения. Третье – подбор площадок с высокой концентрацией целевой аудитории. Тут важно понимать заинтересованную ЦА для вашего профиля. В табл. 1 можно наглядно просмотреть нюансы каждой социальной сети. Например, аудитория «ВКонтакте» – простая. Она любит лайкать простые посты без глубокого смысла. Аудитория Facebook – более серьезная, в отличие от «ВКонтакте». Пользователям данной сети важнее рассматривать и обсуждать различные глобальные проблемы. Аудитория «Одноклассников» – это люди 25–45 лет, женщины и мужчины пользуются данной сетью в равных процентах. Данная аудитория уделяет свое внимание общению друг с другом, новым знакомствам и встрече старых друзей.

Аудитория Instagram – это в большинстве своем женский пол. Данная аудитория сконцентрирована на трансляции жизни и продажах своих продуктов 85 % всей интернет-аудитории используют YouTube. Просматривают различные развлекающие и поучительные видео.

Таблица 1 – Анализ социальных сетей

Социальная сеть	ЦА	Уровень популярности	Преимущества
«ВКонтакте»	От 7 до 65 лет (преимущественно женщины)	Популярный	Самая популярная в странах СНГ
«Facebook»	От 20 до 70 лет	Средне популярный	Дает возможность продавать свои продукты и услуги на мировом рынке, самые низкие цены на продвижение
«Одноклассники»	От 19 до 70 лет	Низко популярный	Люди всех возрастов, разнообразный контент
«Instagram»	От 12 до 40 лет (преимущественно женщины)	Популярный	Самая лучшая социальная сеть для продвижения любого контента и продажи товаров и услуг
«YouTube»	Люди любых возрастов, из разных точек мира	Популярный	Для повышения медийности. Подходит для детей

Источник: [1].

Четвертое – выбор подходящего способа для продвижения. Есть три вида инструментов: «белые», «серые», «черные». К «белым» относятся: таргетированная реклама, реклама в сообществах и группах, акции, хэштэги, взаимная реклама. «Серые» инструменты – накрутка подписчиков, спам, массфоловинг. «Черные» инструменты – взлом страниц. Пятое – создание контента. Здесь важно помнить про интересы ЦА и, что вам необходимо продать товар. Вам необходимо создавать интересный контент, который захочется «репостить», открыть комментарии для поднятия охватов, создать готовый визуал и план размещения постов [2].

Главной действующей особой всего процесса является SMM-менеджер. Он продвигает сайты, продукты и услуги, обращаясь к различным тематическим ресурсам, блогам и соцсетям.

Можно выделить основные задачи SMM-менеджера, такие как: общение с клиентами; продвижение товара; анализ компаний конкурентов; разработка стратегий; работа с интерфейсами.

SMM-продвижение имеет как преимущества, так и недостатки. Преимущества: невысокая цена, большой охват. Недостатки: низкая ориентация и продвижение, основная платформа – социальные сети.

**Заключение.** SMM-маркетинг является самым популярным методом для продвижения в социальных сетях, поскольку целевая аудитория каждой социальной сети доверяет блогерам и медийным лицам, поэтому одной из главных задач специалиста является общение с аудиторией. Чем больше вы будете взаимодействовать с людьми, прислушиваться к их мнению, тем больше у вас будет потенциальных клиентов.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Маркетинг социальных медиа (SMM) – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.marketch.ru/marketing\\_dictionary/marketing\\_terms\\_s/social\\_media\\_marketing/](https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_s/social_media_marketing/). – Дата доступа: 27.04.2023.
2. Основные задачи SMM-менеджера – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://novoseloff.tv/smm-marketing-ot-a-do-ya/>. – Дата доступа: 27.04.2023.
3. Преимущества и недостатки SMM-продвижения – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://semantica.in/blog/chto-takoe-smm-marketing.html>. – Дата доступа: 27.04.2023.