

потенциальных потребителей, увеличить объем продаж, следовательно, и прибыль, но это не решит проблему качества в целом. На каждом предприятии рекомендуется разработать и внедрить систему управления качеством продукции согласно стандарту ИСО 9000. Благодаря этой системе улучшится управление качеством продукции, и в результате предприятие перейдет на более высокий уровень функционирования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Пути повышения качества продукции [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://clck.ru/FfhAQ>
Дата доступа: 17.02.2019.

2. Повышение качества и эффективности сельскохозяйственной техники [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://studopedia.ru/3_34859_povyshenie-kachestva-i-effektivnosti-selskohozyaystvennoy-tehnik.
Дата доступа: 18.02.2019.

3. Качество [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Качество>. Дата доступа: 18.02.2019.

УДК 654

ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕТОД МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ

*И. А. Габрусь, студентка группы 10503416 ФММП БНТУ,
научный руководитель – преподаватель С.В. Свиридович*

Резюме – Актуальность темы заключается в том, что продвижение в интернете является хорошим методом донесения до потребителя информации, нуждающейся в распространении между потенциальными потребителями. Современная практика продвижения в интернете показывает, что применение методов интернет-маркетинга позволяет значительно расширить деятельность компаний, вывести бизнес на более широкий уровень экономического пространства.

Resume – The relevance of the topic lies in the fact that the promotion of the Internet is a good method of conveying to the consumer information that needs to be disseminated among potential consumers. The current practice of promotion in the Internet shows that the use of Internet marketing methods can significantly expand the activities of companies, to bring business to a wider level of economic space.

Введение. Социальная сеть – это интернет-площадка, сайт, который предназначен для построения взаимоотношений между зарегистрированными на нем людьми не только из одного города, но и между пользователями из разных стран. Используя данный ресурс каждый человек может разместить информацию о себе, например, своё хобби, дату рождения, личные фотографии и т.д. [1]. Социальные сети могут представлять собой открытую или закрытую систему. В открытой системе любой интернет-пользователь может просмотреть ту или иную страницу, а при закрытой системе доступ к ней будет только у определенного количества человек [2].

Основная часть. Socialmediamarketing (SMM) – это маркетинг в социальных сетях, который занимается продвижением товаров и услуг, а также компании в целом. Следует помнить, что SMM распространен не только в социальных сетях, но и на различных форумах, блогах, медиаресурсах, которые предполагают тесную коммуникацию пользователей. Данный метод возник с появлением крупных социальных сетей (Твиттер, ВКонтакте), он работает на ближайшую перспективу, создавая при этом положительное отношение к бренду у целевой аудитории [2]. SMM продвижение включает в себя: работа с контентом в различном формате; взаимодействие с целевой аудиторией; создание креативного материала; реклама; работа с известными людьми и лидерами мнений; проведение конкурсов, опросов, викторин и игр; разработка стратегии продвижения на определенные периоды; создание своего стиля; внесение правок [3]. Если говорить о преимуществах SMM продвижения, можно выделить следующие: небольшая стоимость; создание своей группы не требует больших затрат; высокая степень вирусности; за небольшое время можно получить огромное количество посетителей на свой сайт, потому что информация распространяется моментально; очень хорошие перспективы развития; социальные сети из-за активного использования постоянно обновляются; невысокая конкуренция. Еще не все крупные компании по достоинству оценили социальные сети [2]. Несмотря на свои преимущества, SMM имеет и ряд недостатков:

1. Аналитика не развита. Анализировать действия пользователей сайта или социальной группе очень сложно, потому что там нет таких данных, которые может предоставлять такой сервис аналитики, как Яндекс, имеются лишь общие цифры.

2. Модераторы контролируют сеть. Так как сайт активно используется большим количеством человек, не исключается блокировка или ограничение его работы.

3. Потребность в администрировании. Для поддержания жизнедеятельности сайта или группы необходимо уделять немало времени, поэтому потребуется человек для администрирования [2].

SMM имеет большой набор инструментов, которые в свою очередь можно разделить по следующим категориям:

1. Продвижение созданного сообщества компании в социальных сетях, при этом для каждого продвигаемого продукта или услуги возможно создание отдельного сообщества.
2. Создание блога или видеоблога, их дальнейшее развитие.
3. Раскрутка в закрытых социальных сетях или через мобильные приложения.
4. Выделение лидеров мнений, организация ивентов для них, приглашение известной персоны для обсуждения.
5. Проведение акций, флешмобов, конкурсов, опросов и различных игр в социальных сетях.
6. Брендирование сообщества.
7. Продвижение контента путем публикации фотографий на фотоагрегаторах, публикация статей для Википедии.
8. Вирусное распространение роликов и картинок по Сети, которые быстро становятся очень популярными.
9. Создание и продвижение виджетов, промо-приложений.
10. Создание горячих линий, использование сервисов, где можно задавать и отвечать на вопросы.
11. Выход в рейтинги и топы и прочее.

Используя вышеперечисленные методы, необходимо постепенно изучать свою аудиторию социальной сети, вычлнять из общего состава целевых пользователей и обращаться именно к ним [3].

Заключение. С помощью инструментов социального продвижения можно эффективно наладить общение с потенциальными потребителями товаров и услуг, с легкостью выделиться среди конкурентов, быстро раскрутить свой бренд, тем самым увеличить объем продаж и многое другое. Можно с уверенностью сказать, что SMM продвижение является наиболее действующим инструментом, чем традиционная реклама, потому что информация в Сети распространяется с огромной скоростью.

ЛИТЕРАТУРА

1. Социальные сети и их значение в интернет-маркетинге. SMM и SMO [Электронный ресурс]/SMM – Режим доступа: <https://pr-cy.ru/lib/seo/Sotsial-nye-seti-i-ikh-znachenie-v-internet-marketinge-SMM-i-SMO>. Дата доступа: 14.02.2019
2. Продвижение СМИ в социальных сетях на примере издания журнала [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://referat.bookap.info/work/341912/Prodvizhenie-SMI-v-soc>. Дата доступа: 15.02.2019
3. SMM как инструмент продвижения услуги в Интернете [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://revolution.allbest.ru/marketing/00546385_0.html. Дата доступа: 15.02.2019
4. Продвижение СМИ в социальных сетях [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://referat.bookap.info/work/341912/Prodvizhenie-SMI-v-soc>. Дата доступа: 15.02.2019
5. Продвижение СМИ в социальных сетях на примерах [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://referat.bookap.info/work/341912/Prodvizhenie-SMI-v-soc>. Дата доступа: 15.02.2019

УДК 658.8

КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ, ИНФОГРАФИКА

*Д.И. Гетманчук, студентка группы 10503118 ФММП БНТУ,
научный руководитель – преподаватель А.В. Забавская*

Резюме – В данной статье автором было рассмотрено понятие «инфографика». Из проанализированной информации было выявлено, что инфографика представляет собой сюжет, который позволяет выбирать самое главное и исключать лишнее. Инфографика обладает «вирусным» потенциалом, что позволяет читателю погрузиться в тему моментально.

Resume – In this article the author has considered the concept of «infographics». From the analyzed information it was revealed that infographics is a plot that allows you to choose the most important and eliminate unnecessary. Infographics have a «viral» potential that allows the reader to load into the topic instantly.

Введение. Компьютерные технологии изменили современный мир, а также и общество в целом. В течении одного дня на Земле создается больше чем 1,5 миллиарда единиц контента, 140 млн. твиттов и 2 млн. видеоролика. Социальные сети являются частью кругозора. Современный человек ежедневно сталкивается с большим объемом информации, которую получает с экранов нескончаемых потоков. Автор по своему опыту может сделать вывод, о том, что интернет-посты, которые содержат видео-контент привлекают в 3 раза больше входящих ссылок, чем посты с обычным текстом. В результате того, что мозг обрабатывает визуальную информацию в 60 000 раз быстрее. Комбинирование текста и графики позволяет использовать преимущества обоих средств передачи информации, сделав менее заметными их недостатки, чем текстовую. Язык письма позволяет создать бесконечное множество комбинаций слов, на основе которых можно провести более детальный анализ, но все же залог успеха зависит от способности