

УДК 339.138

SMM И ОСОБЕННОСТИ ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ В ПРОДВИЖЕНИИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

М. А. КАЗАРЯН

Научный руководитель Л. А. КЛИМОВА

Белорусско-Российский университет

Могилев, Беларусь

Социальные сети сегодня играют ключевую роль в жизни людей, становясь основным источником общения, обмена информацией и заработка. Развитие этой сферы происходит стремительно: появляются новые платформы и приложения, предоставляющие виртуальные возможности. SMM становится популярным инструментом для рекламодателей, позволяя эффективно взаимодействовать с целевой аудиторией, повышать лояльность клиентов и увеличивать продажи. Успешное применение SMM требует не только технических навыков, но и понимания психологии потребителей и алгоритмов социальных сетей.

ОАО «Универмаг «Центральный» активно использует Instagram для продвижения. Визуальный контент, включая фотографии и видео товаров, а также анонсы многочисленных акций и мероприятий, занимает центральное место в стратегии SMM универмага.

Использование ярких и стильных визуалов, а также коротких видеороликов с новинками и специальными предложениями помогает формировать положительный имидж и стимулировать интерес к совершению покупки.

Проведение акций, конкурсов и розыгрышей в социальных сетях – еще один важный элемент стратегии SMM, который активно используется предприятием. Подобные мероприятия значительно увеличивают вовлеченность пользователей и расширяют целевой рынок.

Универмаг также информирует о своих акциях и новинках пользователей таких социальных сетей, как ВКонтакте и Facebook, публикуя те же видеоролики и фотографии в сообществах, однако это значительно уступает по охвату платформе Instagram.

Перечисленные используемые социальные сети имеют свои таргетинговые предложения, которые не бесплатны. Несмотря на это, универмаг вкладывается в таргетинговое продвижение, способствуя донесению рекламного посыла конкретной и нужной целевой аудитории.

Можно сделать вывод, что ЦУМ недостаточно успешно использует SMM в своей деятельности. В целях повышения эффективности рекомендуется расширить количество используемых платформ и подстроить контент под каждую из них: например, короткие видео хорошо подойдут аудитории в Instagram, в то время как более информативные посты будут уместны на платформах Facebook или ВКонтакте.