

## БЛОГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА ПРОДУКЦИИ И ЛИЧНОГО БРЕНДА МАСТЕРА ХЕНДМЕЙД ИНДУСТРИИ



**Красноставская Наталия Владимировна,**

кандидат экономических наук, доцент, Высшая школа внутренней и внешней торговли Института промышленного менеджмента, экономики и торговли Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого; 195251, г. Санкт-Петербург, ул. Политехническая, 29  
marketrek@yandex.ru

Компании и мастера хендмейд индустрии прибегают к использованию инструментов маркетинговых коммуникаций в Интернете для продвижения собственных брендов. В этом случае речь идет о брендах продукции хендмейд индустрии и личных брендах мастеров хендмейд индустрии. Блоггинг – это один из таких инструментов, создающий и развивающий коммуникационную среду со своими последователями и покупателями. С его помощью создается место для взаимодействия между владельцами бренда и их целевыми аудиториями на площадке бренда. Реализуемые с помощью блоггинга мероприятия по продвижению бренда более выгодны, чем традиционная реклама. Личностный характер коммуникаций в блоге, уникальный контент также способствуют выстраиванию взаимовыгодных отношений между брендом и последователями. Статья систематизирует опыт продвижения русских и иностранных брендов с помощью блогов.

**Ключевые слова:** интернет-маркетинг; бренд коммуникации в интернете; продвижение бренда в интернете; блог; личный бренд; маркетинг в хендмейд индустрии; продвижение в хендмейд индустрии; личный бренд в хендмейд индустрии.

Блоги используются для продвижения в Интернете как брендами продукции хендмейд индустрии, так и мастерами хендмейд индустрии. Это один из ключевых инструментов продвижения в Интернете наравне с интернет-магазинами и аккаунтами в социальных сетях. Что представляет собой продукция хендмейд индустрии? Это инструменты и расходные материалы, которые используются людьми, занимающимися многочисленными направлениями хобби, связанными с изготовлением чего-либо своими руками. Что представляют собой бренды продукции хендмейд индустрии? Это бренды производителей и продавцов этой продукции. Что представляют собой личные бренды мастеров хендмейд индустрии? Это бренды людей, осуществляющих различные виды деятельности в этой индустрии.

Блог – это персональный журнал, находящийся на сайте в Интернете. Информация добавляется в блог путем написания автором блога сообщений, размещающих-

ся в обратной хронологической последовательности, т. е. последнее, наиболее «свежее» сообщение расположено в нем в верхней части. Это отличает блог от сайта, обновления в котором происходят путем изменения отдельных постоянных страниц. Еще одним отличием блога от сайта является более личный стиль написания сообщений, за которым читатель видит конкретного автора. На сайтах же, в большинстве случаев, информация носит обезличенный характер. Деятельность, связанная с созданием, продвижением и прочей работой над блогом, называется блоггинг.

Блог – это социальное медиа. Характерные черты новых медиа средств: а) участие – социальные медиа поощряют вклад и обратную связь от всех тех, кто в этом может быть заинтересован; социальные медиа охватывает связь между медиа и аудиторией; б) открытость – социальные медиа открыты для обратной связи и участия; они поощряют голосование, комментарии и распространение

информации; однако существуют редкие случаи, когда доступ и использование содержимого затруднен (пароль, защищающий контент, не разрешенный простым пользователям); в) разговор – в то время как традиционные медиа (газеты, журналы, телевидение, книги, радио) определяются термином широкоэвещательной передачи (передача и распространение контента для аудитории), социальные медиа рассматриваются по аналогии с двусторонним разговором (диалог); г) сообщество – социальные медиа позволяют сообществам быстро формировать себя и эффективно общаться; сообщества разделяют общие интересы их членов; д) связанность – большинство типов социальных медиа расширяются, благодаря их взаимосвязям, что делает возможным включение ссылок на другие ресурсы или людей [1].

Существуют два аспекта взаимосвязи блога и маркетинга. С одной стороны, это роль блога в маркетинге, когда блог рассматривается