

ВЫБОР СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ПРИ РАЗРАБОТКЕ ОПТИМАЛЬНОЙ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ РОССИЙСКИХ БРЕНДОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОСМЕТИКИ



Виничук Оксана Юрьевна,

кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга, коммерции и логистики, Дальневосточный федеральный университет (ДВФУ); 690922, г. Владивосток, остров Русский, бухта Аякс 10, корпус G (22) kv23@list.ru

В статье представлены исследования технологий продвижения российских брендов профессиональной косметики в социальных сетях. Использование социальных сетей становится все более эффективным инструментом современного социального медиа маркетинга, а основным плюсом его является быстрый старт, простота в обращении и возможность постоянного взаимодействия с подписчиками. В результате проведенного исследования были сформулированы и доказаны гипотезы, способные обеспечить высокую эффективность продвижения профессиональной косметики в социальных сетях. Результаты проведенного опроса позволили разделить потребителей на пять основных сегментов и предложить операторам рынка российской профессиональной косметики соответствующую модель продвижения с учетом запросов их клиентов. На основе проведенного исследования был составлен алгоритм формирования технологии продвижения профессиональной косметики в социальных сетях, призванный обеспечить ее максимальную эффективность, а также разработаны рекомендации по решению проблем продвижения профессиональной косметики в социальных сетях с учетом мнения потребителей.

Ключевые слова: профессиональная косметика; социальные сети; технологии продвижения; маркетинговые стратегии; социальный медиа маркетинг (SMM).

В современном мире информационные технологии играют важнейшую роль во всех сферах человеческой жизни. Использование новейших разработок науки и техники позволяет упростить и ускорить не только производство товаров и услуг, но и стимулировать их сбыт. В связи с постоянно растущей значимостью использования технологий в различных сферах деятельности, наиболее перспективными механизмами продвижения товаров и услуг являются методы интернет-маркетинга. Одним из наиболее востребованных методов в современных условиях является выбор оптимальной технологии продвижения в социальных сетях.

Социальные сайты стали чрезвычайно популярны во всем мире, количество социальных сетей и онлайн-пользователей растет непрерывно каждый день. Пользователи многих социальных сетей исчисляются уже миллиона-

ми и ежедневно регистрируются несколько десятков новых. В России самая популярная социальная сеть — это *Vkontakte*, а во всем мире — *Facebook*. Достаточно эффективным является использование рекламы в сети *Instagram*. Данное направление очень популярно и обеспечивает не только повышение узнаваемости бренда, привлечение новых клиентов, но и повышение лояльности к марке, поскольку очень многие подписчики доверяют рекомендациям пользователей, на которых подписаны. Использование социальных сетей становится все более эффективным инструментом современного социального медиа маркетинга, основным плюсом которого является быстрый старт, простота в обращении и возможность постоянного взаимодействия с подписчиками.

Одним из достаточно интересных инструментов продвижения в социальных сетях является при-

влечение блогеров. Работа лидеров-мнения для продвижения продукции компании позволяет повысить известность и узнаваемость фирмы, быстро реагировать на изменяющиеся интересы потребителей, взаимодействуя с клиентами напрямую, демонстрируя внимание к каждому из них. Развитие интернет-каналов сбыта может приносить достаточно высокий доход с минимальными вложениями, поскольку, исключив все первоначальные вливания, в будущем необходимо будет только поддерживать работу по продвижению [1].

В результате, актуальность исследования обусловлена тем, что сегодня социальные сети оказывают огромное влияние на жизнь людей, и многие из них даже не осознают до конца масштабы этого воздействия. На данный момент огромное количество международных компаний-производителей и продавцов профессиональной