

**Повышение эффективности маркетинга взаимоотношений
на основе использования социальных сетей**

Былина В.Ю., Голик В.С.

Белорусский государственный экономический университет

Мониторинг социальных сетей необходим для получения информации о том, как необходимо продвигать торговые марки в социальных сетях. Определение актуальной, полной и достоверной информации о целевой аудитории в социальных сетях способствует проведению успешной PR-кампании. Продвижение в социальных сетях направлено на завоевание любви и преданности широкой аудитории к бренду или продукту. В социальных сетях бренды имеют уникальную возможность «подружиться» со своей целевой аудиторией, стать ее интересным собеседником, помощником, советчиком, а значит – завоевать лояльных потребителей. Продвижение в социальных сетях – это рекламно-информационная деятельность, которая в первую очередь нацелена на распространение информации о рекламируемом объекте в социальных сетях и блогосфере посредством создания сообщества целевых потребителей и управления им. Продвижение брендов в социальных сетях может вывести на рынок новые продукты с целью подчеркивания их ключевых преимуществ, повысить узнаваемость бренда. Управление репутацией в социальных сетях применяется с целью сформировать желаемое мнение аудитории о бренде, продукте или персоне. Управление репутацией – это работа с целевой аудиторией посредством получения обратной реакции о степени удовлетворенности товарами и услугами компании и воздействие на общественное мнение на основе распространения PR-материалов в социальных медиа. Управление репутацией крайне необходимо компаниям, о которых в социальных сетях содержится много негативных отзывов. Основной преследуемой целью является создание желаемого или изменение сложившегося имиджа бренда. Клиентская поддержка в социальных сетях позволяет организовать непрерывное консультирование клиентов.

Источники:

- 1) <http://belstat.gov.by>
- 2) <http://www.facebook.com>
- 3) <http://investor.fb.com/>
- 4) <http://webtrends.com>