

# ТАРГЕТИРОВАННЫЙ ПИАР С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Виктория ДЕНИСОВИЧ,  
Светлана БЕЛОУС

В НАШЕ ВРЕМЯ  
ОЧЕНЬ ВОЗРОСЛА  
ПОПУЛЯРНОСТЬ  
СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ.  
И НА СЕГОДНЯШНИЙ  
ДЕНЬ СУЩЕСТВУЕТ  
ВЕЛИКОЕ  
МНОЖЕСТВО  
РАЗЛИЧНЫХ  
ВАРИАНТОВ ЭТИХ  
ТЕХНОЛОГИЙ.

Сейчас у всех на слуху названия таких сайтов, как «Одноклассники», «ВКонтакте», Instagram, Facebook и др. Поэтому маркетологи стали проявлять огромный интерес к появившимся источникам для продвижения компаний, товаров и брендов.

## ПОРА СТАНОВИТЬСЯ «СЕТЕВИКОМ»...

Люди стали демонстрировать удивительную активность в социальных сетях. В среднем пользователь может посетить в день до 100 страниц. Психологи начали говорить о болезненной привязанности людей к сетям. За очень быстрое время маркетинг в социальных сетях, иными словами, Social Media Marketing, стал одним из самых важных элементов комплекса интернет-маркетинга.

Для многих видов бизнеса именно продвижение через интернет является самым эффективным инструментом. Особое значение это имеет для тех предприятий, которые стремятся к выходу на мировой рынок. Сейчас множество компаний продвигают свои бренды, пользуясь рекламой через сети, тем самым пытаясь заинтересовать как можно большую аудиторию.

Несетевые средства массовой информации, оценив объемы данной аудитории, начали открывать свои представительства в сетях, делая это через самые популярные площадки, например, такие как «ВКонтакте», Twitter и многие другие. Однако имеется множество примеров групп и сообществ, где число пользователей все равно намного выше, чем количество аудитории средств массовой информации.

Главная задача для маркетинга – быть там, где есть аудитория. И, естественно, такая огромная среда не смогла не обратить внимания маркетологов. И по этой причине, сразу же после появления первых социальных сетей, люди начали договариваться по проведению рекламных кампаний.

Для того чтобы запустить маркетинговую кампанию в социальных сетях, нужно сделать следующее:

- 1) определить, какие задачи необходимо решить через сети;
- 2) изучить характеристики нашей целевой аудитории;
- 3) провести анализ и выяснить, в каких сетях нам более выгодно вести кампанию;
- 4) зарегистрировать сообщества либо профиль;



- 5) определить, насколько активна наша аудитория;
- 6) выбрать, в какой стилистической форме следует подавать информацию для аудитории;
- 7) проследить за тем, какие темы наиболее интересны для аудитории;
- 8) определить частоту публикаций;
- 9) определиться с системой оценки поставленных задач;
- 10) определиться с трудовыми ресурсами, которые будут необходимы для реализации кампании;
- 11) примерно подсчитать бюджет кампании.

### ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ КОМПОНЕНТЫ

Рассмотрим, как проводится маркетинговая стратегия в самых популярных социальных сетях

Первое, что мы рассмотрим, будет Facebook. Смело можно сказать, что Facebook является одним из самых посещаемых сайтов мира. И, конечно же, маркетологи не могли обойти его стороной, так как аудитория данного сайта превышает 1 млрд человек, которая постоянно расширяется.

Когда-то для рекламы своих брендов было достаточно и обычных публикаций, но время идет и ничего не стоит на месте. Привлечение пользовате-

лей на свою страницу либо сайт легче делать при помощи таргетированной рекламы. Целесообразно потратить ваш бюджет поможет наличие оптимизированных объявлений.

Для того чтобы реклама была успешной, нужно помнить о 4 обязательных компонентах:

1) **визуальная реклама.** Это один из самых популярных видов рекламы, который используют по всему миру, он рассчитан на визуальное восприятие, так как в силу своего размера привлекает внимание. Большинство из них выполнены в ярких цветах, что способствует закреплению рекламы в памяти;

2) реклама должна быть **актуальна.** Очень важно, чтобы это было интересно для целевой аудитории, в противном случае деньги будут потрачены впустую;

3) должно присутствовать **ценностное предложение**, ведь конкуренция большая и какая-то причина должна заставить человека нажать именно на ту рекламу, которая вам необходима;

4) в рекламе должен содержаться **призыв к действию**, иначе человек не поймет, что же дальше делать.

К самым важным и наиболее популярным форматам рекламы на Facebook относится реклама в т.н. правой колонке, которая показана справа





от ленты с новостями. Реклама в новостной ленте на персональном компьютере выглядит очень естественно и привлекает большую аудиторию, однако она дороже. При использовании мобильного устройства мы обращаем внимание на мобильную рекламу с новостями.

В число самых лучших примеров рекламы на Facebook входят видео, так как это пользуется популярностью и очень привлекает зрителей. Еще популярность приобрели объявления, на которых находятся изображения, ретаргетинговая реклама, локальная реклама, реклама-карусель и др.

Facebook постоянно изменяется и внедряет что-то новое, так что маркетологам всегда будет над чем работать.

Множество дополнительных возможностей по применению маркетинговых стратегий появились с приходом Instagram. Эта тема набирает большие обороты, популярность ее растет с каждым днем. В современном мире практически каждая крупная компания ведет свою страницу в Instagram. Виды рекламирования включают продвижение через обычный аккаунт и бизнес-инструменты Facebook. Для тех, кто предлагает небольшие партии товаров либо локальные услуги, подойдет первый вариант. Ко второму способу относится официальная реклама в Instagram, так как с его помощью мы можем охватить огромную аудиторию. Каждый пользователь, пролистывая ленту публикаций у себя в профиле, замечает рекламные материалы между публикациями. У многих возникает вопрос: при чем тут Facebook? А все потому, что бренд Instagram купил он и теперь занимается руководством. В таком случае для работы потребуется обязательно создать аккаунт в социальной сети Facebook. Рекламные посты можно делать через Facebook. Они будут представлять собой квадратные фото с текстом, квадратные и прямоугольные видео, где также можно разместить текст либо серию фотографий, похожих на галерею.



Еще одним способом рекламы может стать «Директ». Официально в список услуг от Facebook он не входит. Но рассылать рекламу целевой аудитории вы можете. Самым популярным способом является видеореклама. Во время того, как видео идет, пользователь может прочесть информацию и перейти по ссылке.

Реклама с использованием фото является самым первым способом со времени появления Instagram. Необходимо, чтобы кадр был четким и ярким, а еще важно грамотное описание. Также некоторые пользуются рекламой у блогеров, а также популярных людей. Большое количество людей обратит внимание на вашу рекламу. Цены у всех отличаются и зависят от количества подписчиков.

Не так давно Instagram привнес новшества в рекламу через раздел Stories. К первым рекламным кампаниям, запустившим Stories, относятся L'Oreal, McDonald's, Nike, General Motors и др. Сегодня же данной функцией пользуются около 200 млн человек.

На наш взгляд, Instagram разработает еще много новшеств для рекламы.

### МОЖНО ЛИ ОСТАНОВИТЬ ВРЕМЯ?

Продвижение страниц и сообществ «ВКонтакте» стало намного удобнее и доступно для всех. Писать комментарий либо ставить «лайк» под каким-либо постом будут только пользователи, которые заинтересованы в данной информации.

Для начала мы рассмотрим таргетированные объявления. Такие объявления обычно состоят из изображения и заголовка, они нередко сопровождаются кратким текстовым описанием. Пользователи могут видеть рекламные объявления в ленте новостей либо в левой части страницы. Для каких-либо других объектов рекламы, например, таких как видео, приложения, записи в сообществах, предлагают наиболее подходящие форматы. Рекламодатели могут размещать свои записи в сообществах. Цену обычно устанавливают



администраторы сообществ либо группы. Также рекламодатель может изучить статистику, чтобы знать, насколько эффективна будет данная реклама. Огромное число пользователей ежедневно играют в «ВКонтакте» в игры и пользуются приложениями. Если вы обращали внимание, то даже в различных приложениях пользователям предлагают в обмен на вознаграждение выполнить какие-то задания. Это может проявляться в любом виде, начиная от посещения сайта и регистрации до заказа и покупки товара, принадлежащего данному рекламодателю. Вы можете сами выбрать любое приложение, в котором хотите разместить свою рекламу.

Еще одним из форматов таргетированной рекламы является продвижение записей. Оно позволит в ленте новостей пользователя размещать свои записи от имени сообществ. Такие публикации внешне никак не отличаются от обычных, однако имеют отметку «рекламная запись». К такой записи можно прикрепить не только текст и картинки, но и карту, документы, видео или опрос. Это поможет в наиболее лучшем свете рассказать о своем продукте, заведении или услуге.

Использование услуг для рекламы «ВКонтакте» доступно каждому: от владельцев семейного бизнеса до крупных международных компаний. На сайте в разделе рекламы подробно описан полный путь для рекламодателя. Абсолютно любой человек может это изучить и при желании сделать грамотную рекламу.

Существует великое множество сайтов, о которых было бы интересно услышать и рассказать, чтобы больше людей знали о маркетинговой стратегии в социальных сетях, когда пользуются тем или иным сайтом.

Но все же хотелось бы затронуть еще и Twitter. Реклама в Twitter является очень эффективной. Ее стоимость в несколько раз выше, чем на Facebook. Для того чтобы разместить рекламу, прежде всего следует создать аккаунт. Можно посоветоваться с людьми, у которых уже есть аккаунт с подобной целевой аудиторией, либо купить уже популярный и раскрученный. Еще важно помнить, что для достижения большего успеха следует ориентироваться на аккаунты реальных людей. Twitter предлагает своим пользователям самые разнообразные варианты рекламы, из которых вы сможете выбрать наиболее подходящий.



Продвигаемые твиты работают по принципу обычных, за исключением того, что за них нужно платить. Они помогут охватить еще большую целевую аудиторию. К тому же в общем доступе находится информационная панель активности, где можно посмотреть свои показатели. Однако многие люди предпочитают воспользоваться рекламой в Instagram или Facebook, так как там она подается в более наглядном виде. Однако никто не знает, как будет преподноситься реклама через 5-10 лет, возможно, именно здесь она будет собирать огромную целевую аудиторию больше, чем где бы там ни было.

О маркетинге в интернете можно говорить очень много. Все в нашем мире развивается, и с каждым днем появляется что-то новое. Интернет в себя включает полный комплекс услуг, поэтому ни один успешный бизнес не может обойти мимо такую площадку целевой аудитории. И в завершение хотелось бы сказать, что реклама в интернете будет постоянно востребована. Существует огромное количество ее видов, которые постоянно пополняются. Терять шанс, не пользуясь данными возможностями – значит уступать своим конкурентам и терять прибыль. В конце концов всегда можно воспользоваться рекламными агентствами и прибегнуть к помощи интернет-маркетологов.

Сворачивать рекламу, чтобы сберечь деньги – все равно что останавливать часы, чтобы сберечь время.