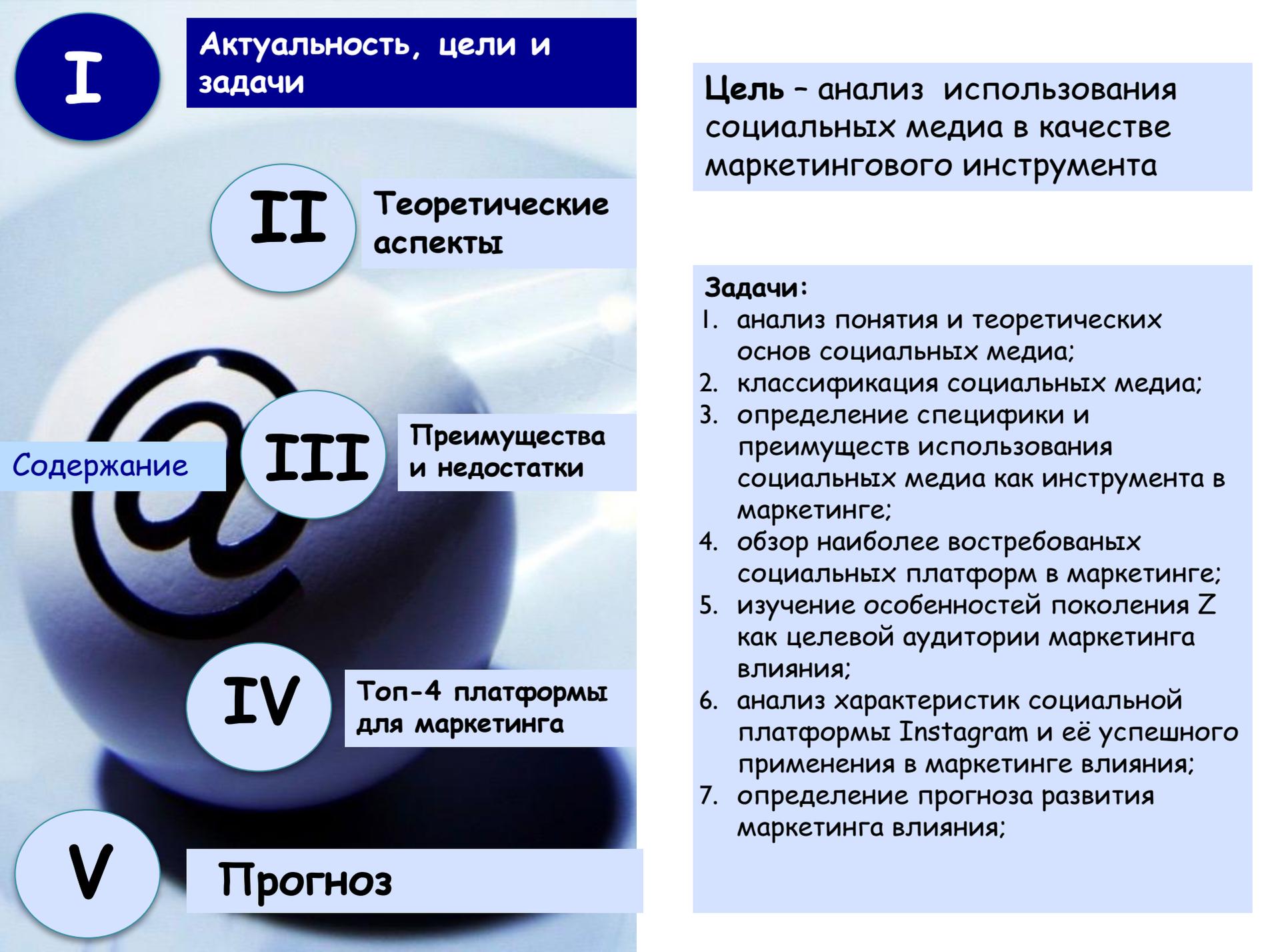


Влияние медиа-платформ на развитие современного маркетинга

Выполнила: студентка 4 МЭО-ИТ 7
Аметова Лола

Научный руководитель: к. физ.-мат. н. зав. каф. МЭИТ
Артамонов Н. В.



I

Актуальность, цели и задачи

II

Теоретические аспекты

III

Преимущества и недостатки

IV

Топ-4 платформы для маркетинга

V

Прогноз

Цель - анализ использования социальных медиа в качестве маркетингового инструмента

Задачи:

1. анализ понятия и теоретических основ социальных медиа;
2. классификация социальных медиа;
3. определение специфики и преимуществ использования социальных медиа как инструмента в маркетинге;
4. обзор наиболее востребованных социальных платформ в маркетинге;
5. изучение особенностей поколения Z как целевой аудитории маркетинга влияния;
6. анализ характеристик социальной платформы Instagram и её успешного применения в маркетинге влияния;
7. определение прогноза развития маркетинга влияния;



I

Актуальность, цели и задачи

II

Теоретические аспекты

III

Преимущества и недостатки

Содержание

IV

Топ-4 платформы для маркетинга

V

Прогноз

Теоретические аспекты:

Чёткой трактовки понятию «социальные медиа» нет, поскольку социальные медиа существуют относительно недавно, при этом наблюдается стремительная динамика их развития и совершенствования. В общем смысле под социальными медиа понимают инструменты и технологии, действующие в режиме онлайн, а также обмен контентом

Социальные медиа изначально создавались с целью взаимодействия пользователей. По мере развития, социальные медиа превратились в мощный инструмент рекламы и продвижения бренда

Классификация

для публикаций текстов	WordPress, Blogger, TypePad, Medium, Wix, Weebly, Ghost, SquareSpace, Wikipedia
для обмена данными	YouTube, Vimeo, Dailymotion; Twitch, Periscope; SlideShare, Scribd; Instagram, Flickr, Imgur, Giphy, Pinterest, Spotify, Deezer, SoundCloud
мессенджеры	WhatsApp, Facebook Messenger, SnapChat, iMessage, BBM, Android Message, Allo, Duo, Telegram
платформы для обсуждений	Github, Reddit, Facebook, Groups, Tapatalk
бизнес-мессенджеры	Slack, HipChat, Chime, Facebook Workplace, Hangouts Chat, Meet, Microsoft Teams
нетворкинг	LinkedIn, Viadeo, Xing, Plaxo

Источник: Cavazza F. Social Media Landscape 2017 [Electronic resource] Mode of access: <https://fredcavazza.net/2017/04/19/social-media-landscape-2017/>



I

Актуальность, цели и задачи

II

Теоретические аспекты

III

Преимущества и недостатки

Содержание

IV

Топ-4 платформы для маркетинга

V

Прогноз

Влияние социальных медиа на современный маркетинг огромно - благодаря им осуществляется непрерывная обратная связь между компанией и клиентом

Преимущества:

1. Повышение лояльности потребителей;
2. Помощь в поиске целевой аудитории;
3. Точечный контакт с клиентом;
4. Снижение затрат на исследование рынка;
5. Информация о продукте доступна покупателю в любое время

Недостатки:

1. Неоднородная квалификация специалистов в области социальных медиа;
2. Отсутствие регламента и контроля - сложно оценить результаты

I

Актуальность, цели и задачи

II

Теоретические аспекты

III

Преимущества и недостатки

IV

Топ-4 платформы для маркетинга

V

Прогноз



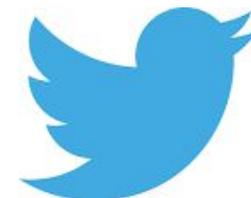
1 млрд пользователей



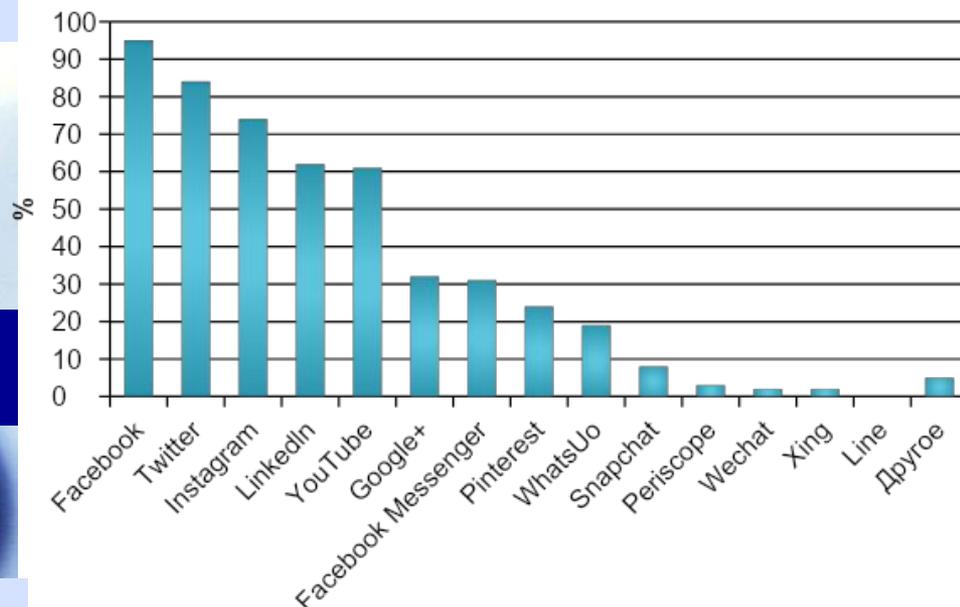
2 млрд пользователей



660 млн пользователей



330 млн пользователей



Источник: Influencer Hub Report 2020 [Electronic Resource] Mode of access: <https://influencermarketinghub.com/social-media-statistics-2020/>

Особенности Instagram

Позволяет загружать публикации высокого качества

Надёжный источник реферального трафика

Обладает высокоэффективными алгоритмами и функциями, которые упрощают поиски продуктов бренда

Тесные связи лидеров общественного мнения со своей аудиторией

Источник: bigcommerce.com. Instagram Influencer Marketing. [Electronic Resource] Mode of access: <https://www.bigcommerce.com/blog/instagram-influencer-marketing/#influencer-marketing-on-instagram>

- 83% пользователей находят в Instagram новые продукты
- 81% ищут на платформе подходящий продукт
- 80% обращаются к платформе при выборе покупки
- 60% пользователей узнают о новинках бренда через Instagram
- 57% пользователей от 13 до 17 лет поддаются влиянию Instagram при принятии решения о покупке

**примечание: реферальный трафик - вид посещаемости сайта, при котором источником переходов посетителей служат реферальные ссылки, размещенные на других ресурсах. Ими могут быть социальные сети, форумы, сайты-отзовики или онлайн-объявления*

I

Актуальность, цели и задачи

II

Теоретические аспекты

III

Преимущества и недостатки

IV

Топ-4 платформы для маркетинга

V

Прогноз

Маркетинг влияния:

1. Ужесточение конкуренции между лидерами общественного мнения
2. Сотрудничества брендов с лидерами общественного мнения более долгосрочные

Использование социальных сетей в маркетинге:

1. Рост спроса на квалифицированных специалистов в данной области
2. Появление регламента
3. Развитие сегмента H2H в маркетинге, согласно которому упор делается на личность покупателя и его индивидуальные особенности

Содержание

Выводы

- Социальные медиа являются эффективным инструментом маркетинга, поскольку повышают узнаваемость бренда и лояльность потребителей;
- Социальные медиа предоставляют компании доступ к новым данным о рынке и конкурентах;
- Социальные медиа обеспечивают непрерывный контакт клиента и компании;
- Социальные медиа не являются автономным маркетинговым инструментом, они должны использоваться наряду с традиционными маркетинговыми инструментами
- Наиболее востребованными в маркетинге являются следующие платформы: Facebook, Instagram, LinkedIn и Twitter;
- Платформа Instagram дала толчок развитию нового направления маркетинга – маркетинг влияния. Он основан на кооперации брендов с лидерами общественного мнения (пользователи с большой аудиторией в Instagram);
- Целевая аудитория платформы Instagram – поколение Z (1995 год и моложе);
- В ближайшем будущем маркетинг влияния переживёт расцвет, кооперации брендов и лидеров общественного мнения станут более долгосрочными;

Спасибо за внимание!!!