

АНАЛИЗ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ РОССИЙСКИХ МАРКЕТИНГОВЫХ АГЕНТСТВ

Реклама в интернете является неотъемлемым инструментом, который повышает показатели бизнеса. Количество компаний растет, а вместе с этим растет и конкурентоспособность, поэтому в условиях развития современных технологий и расширения медиапространства вопрос продвижения в интернете становится еще более актуальным. Ежегодно множество агентств маркетинговых исследований проводят анализ рынка SMM, например, компания «ГидМаркет», Mediascope, система аналитики Brand Analytics, американская медиа-компания Social Media Examiner. Исследования этих компаний направлены на анализ рынка продвижения в социальных сетях в целом и позволяют отследить общие тенденции, подтверждающие рост рынка интернет-рекламы, в том числе повышение популярности продвижения в социальных сетях. Вместе с этим продолжают развиваться и сами социальные сети, предоставляя все больше возможностей для рекламы. Но так ли быстро бренды пытаются внедрить новые инструменты в свои сообщества?

Цель работы: на примере инструментов SMM-продвижения проанализировать интернет-рекламу крупных российских маркетинговых агентств, сделать вывод о тенденциях продвижения брендов в социальной сети ВКонтакте. Выбор этой площадки обусловлен тем, что ВКонтакте – самая популярная социальная сеть в России, согласно данным исследовательской компании Mediascope [1].

Для анализа были отобраны 5 российских компаний, которые занимают лидирующие позиции в рейтинге российских digital-агентств «Золотая Сотня 2019» [2].

**Таблица – Основные характеристики ведения сообществ
в социальной сети ВКонтакте**

Название агентства	Особенности
1	2
iConText	Преобладание полезного и ситуативного контента, отсутствие единства в визуальном оформлении постов, низкая вовлеченность подписчиков, отсутствие ссылок на другие социальные сети и способов связи

1	2
Traffic Isobar	Единство визуального оформления, наличие обложки, подробное описание профиля с контактной информацией, присутствие развлекательного контента, использование брендированного хештега, присутствие обсуждений со ссылками на упоминания агентства в прессе, присутствие ссылок на другие социальные сети
Ingate	Единство визуального оформления, наличие обложки, подробное описание профиля с контактной информацией, присутствие подкастов и статей, наличие блока с товарами и ценами, проведение конкурсов, присутствие ссылок на социальные сети, мессенджеры и сайт, преобладание полезного контента, диалог с подписчиками, присутствие обсуждений с ответами на вопросы пользователей, проведение онлайн-мероприятий
AGIMA	Преобладание полезного контента, единство визуального оформления постов, наличие обложки группы, регулярный контент, присутствие ссылок на другие социальные сети
ITECH.group	Преобладание полезного контента, проведение вебинаров, наличие обложки группы, регулярный контент, отсутствие единства визуального оформления, отсутствие ссылок на другие социальные сети

Социальная сеть не перестает развиваться и предоставляет с каждым годом все больше возможностей для бизнеса. Однако, исходя из анализа сообществ, можно сделать вывод, что не все digital-агентства используют в своем продвижении новые возможности, предоставляемые социальной сетью ВКонтакте. Например, такие дополнения, как каталог подкастов, добавление живых обложек, приложений сообществ, рассылка сообщений и новостей, меню в сообществах используются рассматриваемыми агентствами не так активно. Можно сделать вывод, что профессиональнее всего ведется аккаунт у digital-агентства Ingate, о чем свидетельствует качественное визуальное оформление, проведение конкурсов, внедрение разделов со статьями, подкастами, товарами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аудитория Рунета выросла на 7% за три года [Электронный ресурс] // Исследовательская компания Mediascope. – Режим доступа: https://mediascope.net/news/1035826/?sphrase_id=201042/. – Дата доступа: 12.04.2020.

2. Золотая Сотня российского Digital: 2019 [Электронный ресурс] // RUWARD. – Режим доступа: <https://ruward.ru/index-ruward/golden100-2019/>. – Дата доступа: 12.04.2020.