

## **SMM – ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКТА**

Множество инструментов интернет-маркетинга заставляет организации находиться в поиске более эффективных способов интернет-коммуникаций с клиентами. Одним из таких способов является маркетинг в социальных сетях – SMM (Social Media Marketing). Маркетинг в социальных сетях – это набор мероприятий, направленных на взаимодействие с потенциальными клиентами с использованием социальных сетей и мессенджеров [1].

Одно из основных преимуществ SMM – при его использовании возникает возможность точно воздействовать на целевую аудиторию наиболее подходящими способами коммуникации, выбирать платформы и сервисы, где нужный контингент представлен в наибольшей степени. При этом не заинтересованные в данной рекламе пользователи затрагиваются минимально [2].

В настоящее время предприятия используют социальные сети по-разному. Например, бизнес, который обеспокоен тем, что люди говорят о его бренде, будет отслеживать разговоры в социальных сетях и реагировать на соответствующие упоминания (прослушивание социальных сетей и вовлечение). Бизнес, который хочет понять, как он работает в социальных сетях, анализирует охват, вовлеченность и продажи в социальных сетях с помощью аналитического инструмента (аналитика в социальных сетях). Бизнес, который хочет охватить определенную аудиторию в масштабе, будет показывать целенаправленную рекламу в социальных сетях (реклама в социальных сетях).

Сейчас существует очень много форматов контента, таких как изображения, видео, живое видео и истории. Следовательно, маркетинг в социальных сетях постоянно меняется.

Таким образом, маркетинг в социальных сетях позволяет эффективно развивать бизнес и привлекать новых клиентов. Возможно выполнять SMM деятельность самостоятельно или с привлечением специалистов.

## **ЛИТЕРАТУРА**

1. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях / Дамир Халилов. – 2-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 240 с.