

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК КАНАЛ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА УНИВЕРСИТЕТА

Социальная сеть – это веб-сайт или приложение, где люди могут создавать личные профили, виртуально обмениваться информацией, поддерживать контакты с другими участниками сообщества и формировать новые знакомства [1].

Преимущества использования социальных сетей пользователями: возможность общаться с друзьями, родственниками, знакомыми независимо от времени и пространства; возможность заводить новые знакомства; высокая скорость поиска информации; инструмент саморазвития; обмен информацией (текст, фото, видео, аудио и др.); продвижение товаров и услуг; причастность к различным сообществам и каналам.

Преимущества использования социальных сетей определяют их огромную популярность среди пользователей и обуславливают необходимость использования этого канала коммуникаций для продвижения брендов университетов. Абитуриенты, являющиеся целевым сегментом на национальном и международном рынке образовательных услуг любого университета, являются активными пользователями социальных сетей, которые проводят в различных социальных сетях в среднем 3ч 10 мин.

Создание официальных аккаунтов, сообществ и каналов университетов, их продвижение с помощью таргетированной рекламы позволяет создать сообщества, в которых будут находиться потенциальные потребители продуктов университета, студенты, профессорско-преподавательский состав. Продвижение таких сообществ способствует повышению узнаваемости бренда университета, осведомленности, вовлеченности и лояльности его целевой аудитории.

ЛИТЕРАТУРА

1. Социальная сеть [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unisender.com/ru/glossary/что-такое-социальная-сеть/>. – Дата доступа: 20.12.2023.

2. Digital 2023 July global statshot report [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-july-global-statshot>. – Дата доступа: 15.08.2023.