

# ВЫБОР ПЛАТФОРМ ДЛЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФЛЮЕНС-МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*В. В. Якубюк (студентка IV курса)*

**Проблематика.** Данная работа направлена на исследование проблем продвижения компаниями своего бренда или отдельной продукции в сети интернет, в связи с изменениями в условиях работы на различных платформах, традиционных для использования инфлюенс-маркетинга.

**Цель работы.** Выявить сложности рекламной деятельности компаний в интернет пространстве на современном этапе и предложить наиболее эффективные маркетинговые инструменты по их устранению.

**Объект исследования.** Инфлюенс-маркетинг как эффективный SMM-инструмент продвижения компании в современных реалиях.

**Предмет исследования:** процесс отбора наиболее перспективных интернет-площадок для работы с инфлюенсерами.

**Использованные методики.** Контент-анализ, статистический метод.

**Научная новизна.** Заключается в разработке методических предложений по совершенствованию политики продвижения компании с сети интернет путем освоения новых рекламных площадок и оценке целесообразности использования инфлюенс-маркетинга на различных площадках.

**Полученные результаты и выводы.** На основании анализа статистических данных изменения рынка электронной коммерции, используя методу 1, было выявлено, что рост интернет продаж в 2021 по сравнению с 2020 годом составил 104 % в связи с чем и была составлена сравнительная характеристика инструментов интерактивной рекламы. Предложено использование инфлюенс-маркетинга в качестве эффективного механизма увеличения лояльности и вовлеченности целевой аудитории (рост рынок инфлюенс-продаж за 2021 год – 63,6 %). Выявлены наиболее перспективные для продвижения компании интернет-площадки, дневная аудитория которых выросла на 14 млн. в Telegram, на 4 млн ВКонтакте и 1 млн в Яндекс.Дзен, определены имеющиеся инструменты для реализации инфлюенс-маркетинга на каждой из этих площадок, выявлены их преимущества и недостатки. Предложен алгоритм отбора инфлюенсеров с учетом количества подписчиков, тематики блогов, а также определения формы контента, целей, задач, дедлайна, условий оплаты. Сделан вывод, что для увеличения конкурентоспособности, расширения и привлечения новых клиентов, компаниям необходимо выходить на новые рынки электронной коммерции и использовать наиболее перспективные и эффективные инструменты продвижения, одним из которых является инфлюенс-маркетинг.

**Практическое применение полученных результатов.** Использование предложенного алгоритма организации работы с лидерами мнений на таких интернет площадках, как ВКонтакте, Яндекс.Дзен и Telegram, может применяться в деятельности любой компании для ее продвижения, увеличения лояльности к бренду, повышению охватов и вовлеченности целевой аудитории, а также их мотивации к совершению покупок.