

## ПРОДВИЖЕНИЕ УСЛУГ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИИ ПОСРЕДСТВОМ СОЦСЕТЕЙ И МЕССЕНДЖЕРОВ

Роль логистики и транспорта в современном бизнесе неуклонно возрастает. Даже онлайн-ритейл не способен эффективно работать без отлаженного сервиса доставки. Вместе с ростом спроса на услуги транспортных компаний увеличивается и конкуренция в этой среде. Привычные маркетинговые инструменты уже не обеспечивают ожидаемых результатов. Поэтому все чаще бизнес данной тематики выходит в Интернет с целью раскрутки, обеспечения конкурентных преимуществ и повышения показателей экономической деятельности [1]. Для эффективного привлечения клиентов, повышения репутации, формирования имиджа успешного игрока на рынке подходит ничто иное, как Интернет. Набор инструментов для компаний транспортной направленности довольно обширен. Сегодня активно используются как классические методы, так и довольно молодые и перспективные способы раскрутки. Один из них — это маркетинг в социальных сетях. Понятие «социальные сети» является достаточно широким и включает в себя разнообразные виды коммуникационных каналов, используемых для интерактивного взаимодействия создателей контента и его потребителей. К социальным сетям относят также разнообразные информационные продукты (интернет-сервисы, мобильные системы), с помощью которых происходит общение пользователей. При этом генерация и продвижение контента осуществляется непосредственно участниками коммуникации, что обуславливает высокий уровень активности и доверия со стороны пользователей. Сегодня, когда социальные сети становятся важнейшим коммуникационным каналом, большую значимость приобретает мониторинг статистики данных социальных сервисов. Тысячи потенциальных клиентов логистического бренда ежедневно бывают в ВК, Твиттере, Инстаграмме, Фейсбуке. Не считается с их интересами неправильно. Создание тематических сообществ или официальных «пабликов», общение и взаимодействие с потенциальными клиентами, таргетированная реклама — все это дополнительная возможность для компании. По данным исследования АКИТ и LiveTex, среди 300 опрошенных компаний око-

ло трети регулярно использует мессенджеры для общения с клиентами [2]. Более 90% компаний используют для связи с клиентами электронную почту и колл-центры — эти каналы наиболее популярны в ритейле, — свидетельствуют результаты исследования. Социальные сети используют 71%, мессенджеры — 35% опрошенных. Среди используемых мессенджеров у компаний наиболее популярны Viber (29%) и WhatsApp (16%). Telegram используют около 13% опрошенных. Из соцсетей компании предпочитают «ВКонтакте» (74%) и Facebook (67%). Соцсети также активно используются для продвижения бренда и рекламы — эти практикует половина опрошенных компаний, говорится в исследовании. В среднем через соцсети и мессенджеры обращается около 5% клиентов, но в некоторых компаниях через эти каналы обрабатывается до 30-40% заявок, отмечают авторы исследования. Также важно заметить, что в мессенджерах активно развиты тематические группы (чаты). В чатах собираются потенциально заинтересованные лица в услуге или продукте. Так, например в Telegram существует масса каналов, в которых публикуются как заявки на перевозки грузов, так и информация по наличию и типам свободных машин по территории Евразийского Союза. Вот некоторые из них: 1. «грузоперевозки и транспорт по Евразии», более 11300 участников, около 800 сообщений-заявок в день 2. «Logistics in the world», около 4000 участников, около 500 сообщений-заявок в день 3. «Международные перевозки», 3500 участников, около 400 сообщений-заявок в день 4. «Логистика Авто», около 3500 участников, около 400 сообщений-заявок в день. Из-за объема сообщений просматривать все не является возможным, для чего в чате предусмотрен поиск по ключевым словам. Это позволяет быстро найти все интересующие направления для компаний грузовладельцев и перевозчиков.

### *Список литературы*

1. <https://yeella.com/seo/post/prodvizhenie-logisticheskoy-kompanii-v-internete>
2. <https://vc.ru/28214-issledovanie-tret-rossijskih-kompaniy-ispolzuyut-messenzhery-dlya-obshcheniya-s-klientami>

*Качалова Анастасия Игоревна,*  
*Научный руководитель: Смирнов И.В.,*

студентка ФИНО БГУИР,  
преподаватель БГУИР, smirnov@bsuir.by.