

## АВТОМАТИЗАЦИЯ СОЗДАНИЯ ИГРОВЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ ДЛЯ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ

Савенок И. Л.

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники  
г. Минск, Республика Беларусь

Куликов С.С. – канд. тех. наук

Социальные сети являются одними из важнейших инструментов продвижения продуктов и услуг. Для того, чтобы многократно повысить эффективность продвижения бизнес-аккаунтов в социальных сетях, возможно внедрение геймификации: использование элементов игры в реальной жизни. Для упрощения её реализации применяется автоматизация создания игровых приложений в социальных сетях.

В настоящее время в мире насчитывается свыше 3.8 миллиардов пользователей социальных сетей [1]. Неудивительно, что социальные сети стали оказывать существенное влияние на все сферы жизни общества: социальную, экономическую, политическую, духовную. Социальные сети выступают в качестве одного из основных средств распространения информации, инструментов продвижения продуктов и услуг.

Однако эффективность использования данного инструмента зависит от таких показателей, как уровень вовлеченности (показатель взаимодействия пользователей с публикуемым контентом) и охват (показатель статистики, обозначающий количество пользователей, увидевших определенную информацию сообщества) [2]. Значение охвата, как правило, напрямую зависит от уровня вовлеченности аудитории наряду с рекламой. Поэтому одной из главных задач в повышении эффективности продвижения является увеличение уровня вовлеченности.

Одним из главных трендов 2020 года в продвижении аккаунтов в социальных сетях называют геймификацию: внедрение элементов игры в реальный бизнес [3]. Исследования показывают, что применение геймификации в бизнес-аккаунтах социальной сети Instagram увеличивает вовлеченность подписчиков в несколько раз [4].

Существует большое количество разнообразных способов внедрения геймификации. Более ранние методы подразумевают создание материалов, рассчитанных на одноразовый всплеск активности: конкурсные посты, викторины и загадки в Instagram Stories. Со временем, учитывая трудоемкость создания материалов и их ограниченный срок действия, геймификация в социальных сетях стала нуждаться в автоматизации. Это достигается путем разработки программного средства, которое автоматизирует создание игровых приложений.

В основе такого программного продукта лежит подсчет активности подписчиков аккаунта, а именно сбор количества лайков и комментариев, оставленных каждым пользователем с учетом дополнительных условий:

- количество времени, прошедшего с момента выхода поста до публикации комментария (позволяет мотивировать подписчиков проявлять активность как можно раньше);
- количества слов в комментарии (позволяет учитывать только осмысленные комментарии);
- максимальное количество учитываемых комментариев одного подписчика на посте (позволяет защитить бизнес-аккаунт от спама);
- количество последних постов, на которых учитывается активность подписчиков (позволяет увеличить активность только самых свежих постов).

В последствие за учтенную активность подписчикам присваиваются баллы (игровая валюта), за которую возможно получить подарки либо иные привилегии от владельца бизнес-аккаунта.

Подсчет активности с условий в совокупности с кастомизацией каждого конкурса, а именно указанием условий игры, стоимости различных действий подписчиков и подарков, названия игровой валюты, позволяют разработать многообразные игровые механики.

Таким образом, общее действие программного продукта выражается в быстром создании и настройке приложения для проведения конкурса среди подписчиков, которые, в свою очередь, получают мотивацию проявлять активность в аккаунте создателя, что в последствии ведет к улучшению показателей продвижения и увеличению продаж продуктов и услуг бизнес-аккаунта.

1. Digital 2020 Global Digital Overview // [datareportal.com](https://datareportal.com) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>.
2. What is Engagement Rate and Why is it Important in Influencer Marketing? // [scrunch.com](https://www.scrunch.com) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.scrunch.com/blog/influencer-engagement-rates>.
3. Геймификация в Инстаграм: игра за внимание клиента // [openbusiness.ru](https://www.openbusiness.ru) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.openbusiness.ru/biz/business/gamification-instagram>.
4. Конструктор игр для Instagram // [Sub.by](https://sub.by) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sub.by>.