

МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ВОВЛЕЧЕННОСТИ АУДИТОРИИ В SMM

Лапаревич Д.Ю., студент гр.174004

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

Архипова Л.И. – канд. эконом. наук, доцент

Аннотация. Актуальность темы обоснована тем, что успех любого инстаграм-аккаунта является зависимым от вовлеченности аудитории в контенте этого аккаунта. Проблема заключается в том, что многие инстаграм-аккаунты имеют низкую вовлеченность аудитории и не имеют версии, как можно повысить этот показатель. Целью данной работы является рассмотрение и применение наиболее эффективных методов повышения вовлечённости.

Ключевые слова. социальная сеть, маркетинг, Инстаграм, метрика, SMM.

SMM (Social Media Marketing) является одним из современных методов маркетинга в социальных сетях. Согласно статистике, около 30% пользователей тратит на социальные сети больше трёх часов в день – они проводят это время в сети оставляя комментарии, оценивая посты и просматривая сторис. [1]. Эффективность SMM деятельности можно оценить с помощью такой метрики как Engagement Rate(ER). ER отображает то, насколько активно аудитория реагировала на публикацию с помощью лайков, комментариев, репостов или других действий. Существует множество разновидностей ER (ERview, ERday, ERpost), где показатель изменяется соответственно от просмотра, дня и публикации. Engagement Rate рассчитывается по формуле 1:

$$ER = \frac{\text{Реакции}}{\text{Подписчики}} \times 100\% \quad (1)$$

Вовлеченность является важным показателем, так как от неё зависит насколько хорошо алгоритмы будут продвигать ваш аккаунт в рекомендации. Кроме того, вовлеченность обеспечивает рост показов и охват, способствует увеличению контактов с ЦА, контакты влияют на клики, переходы на сайт и продажи.

Основными инструментами повышения ER являются: публикация интерактивных сторис, проведение конкурсов и розыгрышей, трансляция прямых эфиров, ответы на комментарии, правильное использование хэштегов.

1. Публикация интерактивных сторис. Одной из ключевых возможностей SMM является публикация сторис. Интерактивные сторис являются наиболее полезными для отслеживания вовлеченности, так как с помощью них можно взаимодействовать с аудиторией: проводить опросы, устраивать голосования, задавать вопросы. Имеется много инструментов для создания сторис, в данном случае единственным барьером для продвижения является креатив и даже фантазия. Важными показателями при работе со сторис являются повторные просмотры, реакции на них и то, насколько часто люди их пропускают. Наиболее ярким примером использования интерактивных сторис является компания “Слодыч” (рисунок 1) [2].

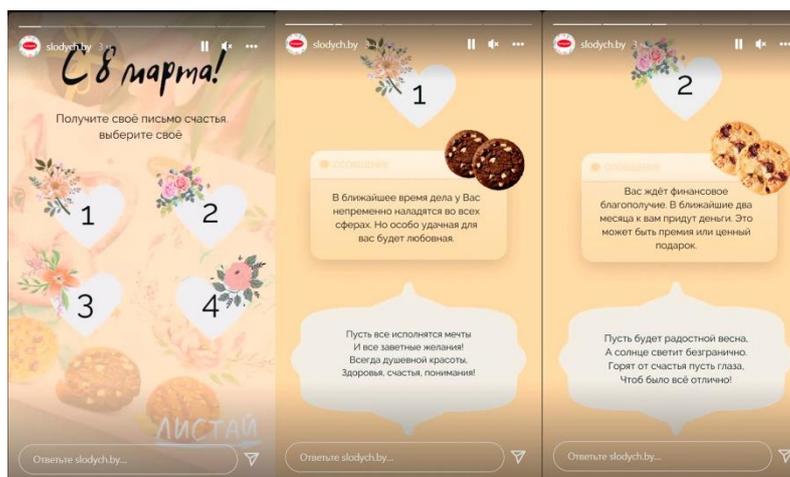


Рисунок 1 – Сторис с прогнозами компании “Слодыч”

2. Проведение конкурсов и розыгрышей. Конкурсы и розыгрыши - это простой, но затратный способ поднять активность аудитории. За выполнение простых условий участники конкурса или розыгрыша имеют шанс получить призы, специализированные на теме инстаграм-аккаунта. А при выборе подарков можно учитывать особенности целевой аудитории. Например, производитель бытовой техники может дарить дрель мужчинам, а женщинам стиральную машину.

3. Трансляция прямых эфиров. Прямые эфиры являются одним из наиболее трудоёмких способов повышения активности пользователей, но эта трудоёмкость окупается. Во время прямых эфиров необходимо взаимодействовать с аудиторией: задавать вопросы, рассказывать о новостях компании, делиться интересными новостями. Чтобы количество зрителей было соответствующее числу подписок, надо предварительно анонсировать прямую трансляцию, с помощью поста или сторис.

4. Ответы на комментарии. Ответы на комментарии – надёжный способ расположить аудиторию к себе. Отвечая на комментарии, вы увеличите количество комментариев как минимум вдвое. И пользователю будет приятно, что вы заметили его комментарий и приняли его во внимание.

5. Использование хэштегов. Использование хэштегов – практичный и проверенный временем приём повышения ER, но использовать их надо правильно. Правила которых стоит придерживаться: Необходимо использовать узконаправленные хэштеги больше чем популярные. Придерживаясь этого правила, вы обезопасите свою страницу от ботов.

Использовать разнообразные хэштеги, так как однообразные хэштеги не принесут пользы вашему аккаунту.

Количество хэштегов не должно быть слишком большим, чтобы не “отпугнуть” аудиторию. Приемлемое количество - 10-30 хэштегов на пост, однако стоит лучше поэкспериментировать с количеством, так как для каждой аудитории всё индивидуально.

Заключение. В данной статье рассмотрена проблема низкой вовлеченности аудитории. Решение проблемы заключается в использовании механизмов и инструментов SMM, релевантных конкретной задаче маркетинга.

Список использованных источников:

58-я научная конференция аспирантов, магистрантов и студентов БГУИР, 2022 г

1. Iz.ru [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:CAaKqIKm7IkJ:https://iz.ru/1225936/2021-09-23/opros-pokazal-skolko-vremeni-rossiiane-provodi-at-v-sotcsetiakh+&cd=4&hl=ru&ct=clnk&gl=by> — Дата доступа: 22.02.2021.
2. Slodych.by [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.instagram.com/slodych.by/> — Дата доступа: 22.02.2021.