

УДК 657.6

Блонская А.А студент,

2 курс, Институт финансов, экономики и управления,

Тольяттинский государственный университет,

Тольятти (Россия)

ГДЕ ПРОДВИГАТЬ УСЛУГИ АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ?

Аннотация: На каких платформах лучше всего продвигать услуги аудитора?

Ключевые слова: СМК. SMM. Услуги онлайн. Социальные сети. Товары. Аудиторская деятельность. Продвижение. Продвижение в социальных сетях.

WHERE TO PROMOTE AUDIT SERVICES?

Annotation: What are the best platforms to promote auditor services?

Keywords: QMS. SMM. Services online. Social networks. Commodities. Audit activities. Promotion. Promotion in social networks.

Услуги аудитора по качеству набирают все большую популярность. Самый удобный поиск специалиста, или, наоборот, клиента происходит через социальные сети. Разберемся, где удобнее и продуктивнее всего можно выставлять свои услуги или товары в соц.сетях.

Дадим каждой платформе характеристику и выделим сильные и слабые стороны:

Социальная сеть ВКонтакте дает множество возможностей для продвижения, так как объединяет в себе большое количество различных тематических групп и сообществ, а также дает возможность создания

рекламы. Так как ВКонтакте является самой популярной социальной сетью в России, она также и наиболее конкурентная, что создает ряд трудностей, которые связаны с выделением среди схожих контентов. Формы подачи рекламы самые разнообразные от фотографий до объемных статей.

Instagram на сегодняшний день самая быстроразвивающаяся социальная сеть, которая имеет свои особенности для рекламы и продвижения. Основной из них является то, что она подходит в первую очередь для бизнеса и продвижения, которое можно связать с визуализацией, также есть возможность продвижения путем рекламы через упоминание в статьях уже популярных пользователей. Данная социальная сеть имеет ряд ограничений, однако на данный момент реклама в Instagram является относительно дешевой.

Facebook является одной из самых сложных для бизнеса и продвижений социальных сетей. Несмотря на схожесть с сетью ВКонтакте на Facebook нет множества групп и сообществ, специфика данной социальной сети подходит больше для комментариев и общения. Также недостатком является небольшая популярность в России, которая все больше снижается, однако для международного бизнеса это самая хорошая платформа, так как является международной.

YouTube принципиально отличающаяся социальная сеть, которая представляет собой видеоплатформу, объединяющая в себе набор видеоматериалов для абсолютно разной целевой аудитории. YouTube также отличается тем, что цены на рекламу существенно выше, чем у других социальных сетей, поэтому перед тем, как планировать ведение и рекламу бизнеса на этой платформе, необходимо тщательно просчитать и оценить рентабельность. Дороговизна и трудности в осуществлении заключаются в процессе разработки и съемки самой рекламы.

После того, как выбрана наиболее подходящая платформа для рекламы необходимо продумать и реализовать непосредственно сам проект. Существует несколько способов рекламы и пиара в интернете, и в социальных сетях в том числе. Перечень основных методов и их характеристика представлены в таблице.

Таблица – Основной инструментарий SMM

Наименование инструмента SMM	Характеристика
Таргетинговая реклама	Это вид рекламы, направленный на определенный сегмент рынка, данный вид рекламы оптimalен для рекламы в социальных сетях.
Раскрутка — накрутка	Представляет собой накрутку лайков и подписчиков, с целью повышения популярности и доверия к странице, группе и т.д. Производится с помощью специальных программ, таких как Bosslike, Vktarget, Fastfreelikes. Стоит отметить, что такой вид продвижения является неоднозначным и не одобряется общественностью и социальными сетями в целом.
Конкурсы и розыгрыши	Заключается в увеличении числа подписчиков и заинтересованных пользователей, путем различных мотивационных постов, также увеличения популярности и узнаваемости благодаря репостам.
Лидеры мнений	Данный метод продвижения заключается в увеличении популярности и доверия среди аудитории с помощью рекламы и упоминания на странице, блоге, какой-либо известной медийной личности, которая является авторитетом для

	определенной аудитории.
Массфолловинг	Сущность заключается в подписках на пользователей, ожидая ответных аналогичных действий, и, таким образом, увеличении числа подписчиков.

Таким образом, в таблице 2 были рассмотрены основные методы продвижения в социальных сетях и сети Интернет в целом. Выбор методов зависит от объекта, целей SMM, целевой аудитории, а также располагаемого бюджета.

Завершающим этапом SMM, как и любого другого вида рекламы, является анализ эффективности. Рассмотрим более детально этот процесс.

В том случае, если продажи производятся через группу, увеличение или снижение активности, числа продаж и т.д. видны сразу, в ином случае необходимо:

- помечать все ссылки, которые ведут на сайт специальными utm-метками;
- настроить цели в Яндекс Метрике или Google Analytics;
- внедрить коллтрекинг.

Эти действия являются тем минимумом, который помогает в оценке эффективности ведения бизнеса и рекламы в социальных сетях. Стоит также отметить, что подсчет эффективности SMM может осуществляться не только исходя из оценки прибыли, а также от числа подписчиков, их активности, количества посещений и иных показателей, отражающую популярность страницы в социальной сети.

Таким образом, можно сделать вывод, что реклама в социальных сетях имеет свои характерные особенности, которые нужно учитывать при планировании реализации своего рекламного проекта.

Необходимо четко определить цели и задачи, исходя из своих целей и особенностей рекламируемого объекта, также провести тщательное изучение платформ и методов SMM. Стоит отметить, что наиболее эффективным является комбинация методов, которая поможет увеличить силу воздействия на аудиторию и увеличивает вероятность успеха.

Реклама в интернете, как одно из самых перспективных направлений требует постоянных вложений труда и времени, так как скорость обновлений, актуальность информации играют ключевую роль в успешном ведении бизнеса в социальных сетях, однако, богатый набор инструментария делает этот процесс более легким.

Список используемой литературы:

- 1. Федеральный закон от 30.12.2008 N 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности»**
- 2. А.А. Белоусов Все о заработке в интернете**
- 3. Брган Крис Формула эффекта. Как получить реальный результат в социальных медиа**