

TIKTOK PROMOTION — СОВРЕМЕННАЯ ПЛАТФОРМА РЕАЛИЗАЦИИ КОМПАНИИ

TikTok — уникальная площадка для творчества и оригинальной рекламы с активными пользователями по всему миру, которая позволяет продвигаться благодаря трендам и прямой коммуникации.

TikTok является потенциально важным каналом для маркетинга, т.к. он предоставляет компаниям возможность общаться с клиентами и аудиторией. Одним из способов использования данной площадки в маркетинге является SMM [1].

Объектом исследования является социальная сеть TikTok, ее механизмы и инструменты. Цель исследования — рассмотреть возможность использования TikTok в качестве маркетингового инструмента для продвижения компаний на различных рынках, а также проанализировать его практическое применение крупными брендами. Для достижения цели были поставлены следующие задачи: изучить платформу, ее актуальность и эффективность; определить, как использовать социальную сеть для рекламы и маркетинга; рассмотреть варианты взаимодействия маркетинговых коммуникаций в TikTok; проанализировать стратегии продвижения крупных компаний и брендов в TikTok; разработать рекомендации по внедрению TikTok в деятельность компании.

TikTok — креативная социальная платформа, позволяющая людям загружать короткие видеоролики длительностью около 15 с и занимающая 1-е место в мире по скачиванию среди неигровых приложений.

TikTok позволяет бизнесу заявить о своем бренде, увеличить узнаваемость, получить доверие широкой аудитории; запустить новый продукт, провести предварительное исследование, чтобы понять, насколько он будет востребован; привлечь внимание новых клиентов; перенаправить трафик из TikTok в другую социальную сеть [1].

Преимущество данной платформы для компании:

- низкая конкуренция по сравнению с YouTube и Instagram;
- колоссальный мультимедийный потенциал;
- высокая вовлеченность и широкие охваты;
- легкость продвижения благодаря вирусности контекста [2].

С целью определения отношения пользователей к рекламе по TikTok были проведены опрос и фокус-группа. В опросе, проводимом 23.03–30.03.2023 г., приняло участие 126 респондентов в возрасте от 18 до 45 лет. После анализа ответов выяснилось, что 63,6 % респондентов считают рекламу в TikTok полезной, 34,6 % респондентов совершали покупку через рекламу в TikTok. Исходя из этого был сделан вывод, что TikTok — экономически эффективная и конкурентоспособная площадка для продвижения компаний. В настоящее время очень важ-

но внедрять TikTok в деятельность компании. В фокус-группе приняли участие студенты факультета маркетинга и логистики (7 человек). Выяснилось, что большинство участников одобряют креативную, соответствующую трендам рекламу в TikTok. Реклама данного вида удерживает внимание пользователей и позволяет им запомнить больше подробностей о рекламируемом продукте.

В целях успешного продвижения компаний на данной платформе были предложены следующие рекомендации: устраивать обзоры своей продукции, рассказывать об уникальности своих товаров и их конкурентных преимуществах, а также о тех выгодах, которые получают потребители, приобретая продукт, ведь чем больше информации потребители получают, тем скорее захотят купить продукт или услугу; размещать портфолио работ, а также отзывы для лучшего понимания аудиторией определенной компании; рассказывать потенциальным клиентам интересные факты о своей компании, делиться своими достижениями и победами, тем самым повышая доверие и лояльность к бренду; снимать трендовый контент (например, челленджи), благодаря которому можно получить широкие охваты и заполнить своего потребителя.

Источники

1. Продвижение ТикТок [Электронный ресурс] / VC.RU. — Режим доступа: <https://vc.ru/u/725002-elena-chumakova/212671-prodvizhenie-v-tik-tok-dlya-novichkov-podborka-platnyh-i-besplatnyh-sposobov>. — Дата доступа: 21.04.2023.

2. TikTok — продвигаем бизнес и личный бренд [Электронный ресурс] / MY ACADEMY. — Режим доступа: <https://myacademy.ru/baza-znaniy/stati/tiktok-prodvigaem-biznes-i-lichnyy-brend>. — Дата доступа: 21.04.2023.