

ВОЗМОЖНОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИЗДЕЛИЙ РУЧНОЙ РАБОТЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Ежегодно изделия ручной работы становятся все более популярными, потому что многие люди устали от однотипной продукции, хотя уникального и неповторимого. Можно заметить, что с каждым годом количество ремесленников растет. Например, в 2018 г. зарегистрировано 36 199 ремесленников, в 2020 г. — 42 073, в 2021 г. — 50 786 [1].

Большинство покупателей отмечают, что хендмейд-изделия сделаны с душой, некоторые говорят так: «Мастер вложил свою душу». При этом ремесленники по закону могут продавать свой товар в интернете или на ярмарках (аукционах) [1].

В наше время социальные сети представляют собой наиболее распространенные, удобные и эффективные способы продвижения товаров. Поэтому большая часть ремесленников выставляют свою продукцию в Instagram, которая является очень удобной и многофункциональной площадкой. Там можно показать себя, рассказать о своей продукции. Огромный поток клиентов идет как раз через Instagram: сторис, посты, прямые эфиры — в бесплатном доступе. Чтобы значительно увеличить продажи, необходима реклама таргетологов — стоимость не столь высока.

Наблюдения показывают, что через личный контакт, например если показывать себя в сторис, возникает доверие у потребителей и можно значительно повысить продажи.

Чтобы Instagram работал на максимальную мощность, необходимо иметь профессиональную команду: фотографа, который качественно и красиво представит продукт; оператора, который будет общаться с аудиторией в direct; SMM-менеджера, который станет заниматься продвижением товаров и бренда в социальных сетях.

По данным за 2021 г., население планеты на начало года составляло 7,83 млрд чел. Количество интернет-пользователей на начало 2021 г. составило 4,66 млрд чел., т.е. на 316 млн (7,3 % всего населения) больше, чем в 2020 г. На глобальное проникновение интернета указывает доля его пользователей среди населения планеты — 59,5 % [2].

Сергей Кузьменко, директор компании Web and Market, бизнес-тренер и автор обучающих курсов по интернет-маркетингу и PR в соцсетях, автор курса #SmmReady, собрал из отчета Digital-2020 наиболее важные цифры по Беларуси. На 9,5 млн жителей Республики Беларусь приходится 7,82 млн интернет-пользователей (доля 82,8 %). Всего пользуются соцсетями 41 % населения (3,9 млн чел.), в том числе с мобильных устройств 95 % этой доли.

Instagram в Беларуси замер на отметке 3,2 млн зарегистрированных пользователей. Активная аудитория Instagram в Беларуси — 2,5 млн [2].

Исходя из представленных данных, можно сделать вывод, что Instagram эффективнее для продвижения ремесленников и их товаров, чем ярмарки или аукционы. Социальная сеть предлагает множество инструментов для вовлечения аудитории в коммуникацию: таргетированную рекламу, коллаборации, проведение прямых эфиров с ответами на интересующие вопросы покупателей и др.

Источники

1. Ремесленная деятельность [Электронный ресурс] // Министерство экономики Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://economy.gov.by/ru/remeslo-ru/>. — Дата доступа: 20.11.2022 г.

2. DIGITAL 2021: актуальная статистика и аудитория социальных сетей в мире и Беларуси [Электронный ресурс] // Рейтинг Байнета. — Режим доступа: <https://ratingbynet.by/digital-2021-aktualnaya-statistika-i-auditoriya-sotsialnykh-setey-v-mire-i-belarusi/>. — Дата доступа: 20.11.2022 г.