

перечисленных инструментов странового маркетинга. Неотъемлемым элементом этой стратегии является финансирование различных проектов в рамках туристической концепции Беларуси с целью поддержания инициатив всех заинтересованных акторов, как зарубежных, так и внутри страны.

Литература

1. Что мешает развитию туризма в Беларуси? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.tio.by/info/novosti/Chto-meshaet-razvitiyu-turizma-v-Belarusi/>. — Дата доступа: 22.02.2017.

<http://edoc.bseu.by>

Е.А. Каленова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель П.А. Литвинов

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНСТРУМЕНТОВ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Маркетинг в социальных сетях, или SMM (*social media marketing*), является мощным инструментом продвижения. SMM применяют для маркетинга турпродукта, дестинации, отдельной турфирмы.

Самым широким сегментом рынка туруслуг являются лица в возрасте 21–49 лет. По статистике, это активные пользователи интернета. При этом рекламе и отзывам в соцсетях в 2015 г. доверяли 69 % из них, телевидению — 63 %, печатным СМИ — 61 %, наружной рекламе — 58 %, баннерам и контекстной рекламе в интернете — 45 и 50 % соответственно [1].

Таким образом, соцсети открывают большие возможности для продвижения. Использовать следует самые посещаемые платформы. В мире на 2016 г. это Facebook (1,3 млрд активных пользователей); Youtube (1 млрд); Instagram (300 млн); Twitter (284 млн). В Беларуси наиболее популярны «ВКонтакте» (1,6 млн посещений в день), «Одноклассники» (400 тыс.), Twitter (100 тыс.), Instagram, Youtube [2].

Для успешного SMM турфирма должна выбрать платформу с максимальным охватом целевой аудитории. Рекомендуется использование связанных (общих) аккаунтов, например «ВКонтакте» + Instagram + Twitter. Это сокращает время на работу в сетях, так как посты автоматически дублируются.

Белорусские турфирмы ориентированы на выездной и внутренний туризм, а потому их целевой аудиторией являются белорусы. Рекомендуется продвижение услуг турфирмы в сетях «ВКонтакте», Instagram. Основные усилия следует направить на привлечение большего количества активных участников в группу через тематическую рекламу, заказные посты в других сообществах и новостной ленте. Сеть фотографий

Instagram набирает все большую популярность. Турфирма может использовать и ее для продвижения своих услуг. Во-первых, создать профиль, где будут размещаться фото с анонсами туров, новостями. Во-вторых, люди в Instagram часто используют хэштеги, чтобы получить больше лайков. С помощью таргетированного (целевого) поиска по хэштегам (например, #путешествие, #мирскийзамок) турфирма может найти потенциальных клиентов. В-третьих, в 2016 г. платформа запустила платную рекламу. Она появляется в новостной ленте пользователей, которых, по статистике посещений, может заинтересовать данная тематика. Для привлечения иностранных туристов в Беларусь необходимо использовать Facebook, особо популярный вне Рунета. Принципы рекламы в Facebook и «ВКонтакте» схожи.

Несмотря на обширную аудиторию сетей Twitter и Youtube в Беларуси и за рубежом, их использование для SMM в масштабе турфирмы необоснованно. Видеоролики на Youtube будут более эффективны для продвижения национального турпродукта, чем услуги турпредприятия. Микроблог Twitter из-за своей концепции имеет узкую применимость для продвижения турпродукта.

Все более эффективной становится реклама у блогеров (видео-, фото-, печатные блоги). Блогеры с большим числом подписчиков имеют широкую аудиторию, которая доверяет их рекомендациям. Поэтому перспективным является продакт-плейсмент, означающий полускрытое размещение рекламы, например в видеоблогах, обзорах печатных блогеров и др.

Турфирмы Беларуси еще не до конца осознали возможности социальных сетей для своего продвижения. При грамотном использовании SMM открываются огромные перспективы в области маркетинга турпродукта, как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

Литература

1. Global trust in advertising: winning strategies for an evolving media landscape [Electronic resource]. — Mode of access: www.nielsen.com. — Date of access: 14.02.2017.

2. Самые популярные соцсети в мире [Электронный ресурс] // Про SMM. — Режим доступа: <http://www.pro-smm.com/>. — Дата доступа: 14.02.2017.