

ЛИДЕРЫ МНЕНИЙ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЖИЗНЬ ЧЕЛОВЕКА

В XXI в. интернет и социальные сети стали неотъемлемой частью нашей жизни. В современном мире блогеры могут оказывать влияние на поведение покупателей и потребителей. По этой причине проведенное исследование имеет высокую значимость и актуальность.

В некоторых случаях для привлечения внимания к новому продукту или услуге приглашают известных личностей. Если раньше для продвижения товара звали представителей шоу-бизнеса, актеров, общественных деятелей, то сейчас все больше внимания уделяется сети Интернет и социальным сетям. Это оправданно, поскольку сегодня достаточно большое количество людей владеют своими аккаунтами в социальных сетях. В ходе данного исследования, проведенного в марте 2020 г., был проведен опрос, в котором принял участие 141 респондент. Возраст респондентов от 17 до 20 лет. Все они оказались зарегистрированы как минимум в одной социальной сети.

На сегодняшний день можно сказать, что белорусская сфера блогинга развивается все активнее. К примеру, в 2017 г. был проведен опрос о том, каких белорусских блогеров знают? Согласно результатам, 87,3 % от всех опрошенных людей не знали ни одного перечисленного блогера из ряда предложенных.

Только со второй попытки после прочтения списка блогеров, но уже с подсказками, процент людей, не знавших никого, уменьшился до 76,3 % [1]. Даже эти цифры могут сказать о том, что белорусская блогосфера не была столь популярна. И вот прошло 3 года, за которые сфера блогинга достаточно изменилась, причем в лучшую сторону. Если в 2017 г. респондент знал одного или 2 блогеров, то в ходе выполнения данного маркетингового исследования, проведенного в 2020 г., было установлено, что практически каждый респондент знает более 3 белорусских блогеров в совершенно разных областях.

Сегодняшнее поколение, поколение Z, большую часть времени проводит в социальных сетях, и, как следствие, они, выбирая себе лидеров мнений, верят им. Из-за того, что блогеры имеют некоторое влияние на людей, посредством этого они могут заставлять их покупать те или иные товары. Это так называемое невидимое влияние, благодаря которому блогеры могут зарабатывать.

Но стоит отметить, что такое не всегда происходит. Это происходит потому, что в данной сфере существуют подводные камни, о которых даже достаточно популярные и влиятельные блогеры не задумываются. В работе были

проанализированы письменные ответы на вопросы и было выявлено, что к таким преградам можно отнести: переизбыток рекламы на страницах блогеров (отметили 33 % опрошенных), большое количество ложной информации (отметили 15 % опрошенных) и поведение самих лидеров мнений (имеется ввиду наигранность и лицемерие, по мнению 13 % опрошенных).

Таким образом, сфера блогинга является на сегодняшний день достаточно развивающейся отраслью в социальных сетях. Каждый день появляются все новые лидеры мнений, за которыми следят люди через подписки и лайки. Важно помнить, что, если вы хотите заказать продвижение определенного товара у того или иного блогера, важно учитывать все нюансы этой сферы, особенности сегмента, на который ориентируется лидер мнений, как он выстраивает коммуникации со своими подписчиками.

И с т о ч н и к

Каких местных блогеров знают беларусы? Результаты опроса, проведенного в Минске и регионах [Электронный ресурс] // Marketing.by. — Режим доступа: <https://marketing.by/analitika/kakikh-mestnykh-blogerov-znayut-belarusy-rezultaty-oprosa-provedennogo-v-minske-i-regionakh/>. — Дата доступа: 08.05.2020.