

ПРЕИМУЩЕСТВА РЕКЛАМЫ В INSTAGRAM И ТИКТОК

Использование современных технологий в интернет-рекламе, а именно социальных сетей — одно из важнейших условий продвижения предприятий, их товаров и услуг на рынок, укрепления репутации, формирования доверия покупателей. В настоящее время невозможно представить человека, не имеющего своей страницы в социальных сетях. Эта причина порождает активное развитие интернет-рекламы в социальных сетях Instagram и TikTok.

Только 19 % потребителей считают контент, созданный брендами, правдивым [1]. Поэтому пользовательский контент, созданный реальными людьми, играет огромную роль в установлении связи между брендами и их клиентами.

Так, многие современные бренды покупают рекламу у Instagram-блогеров (людей со своей целевой аудиторией и тематикой ведения блога). Они в коротких видео, называемых stories и reels, или «постах», рассказывают обо всех достоинствах товара и бренда в целом.

Однако не стоит недооценивать ведение профиля бренда в Instagram. На первый план выходит визуальная часть интернет-страницы, правильное сочетание цветов и фото, затем — регулярность обновления страницы и ведения stories и reels. В данных коротких видео бренды рассказывают про создателей, сотрудников, показывают свой рабочий процесс, проводят интерактивные мероприятия и общаются с пользователями в дружеском формате, а не по модели «бренд — клиент». Выбирая данный способ, придерживаются правила: «Думай короче». Бренды публикуют емкие, информативные интерактивные видео, которые легко и интересно смотреть.

По результатам проведенного маркетингового исследования, в котором приняло участие 56 респондентов 17–20 лет, было выявлено, что 100 % опрошенных имеют страницу в Instagram. Из них 88,9 % подписаны на блогеров и следят за их деятельностью. Часто видят рекламу у блогеров 58,3 % респондентов, редко — 25 %, не замечают — 16,7 %. Приобретали товары и услуги, которые рекламировали блогеры в Instagram, 30,6 % опрошенных, среди них остались удовлетворены покупкой 86,7 %. По результатам опроса 94,4 % респондентов обращают внимание на визуальное оформление страницы бренда; стильное ведение Instagram-ленты важно для 63,9 % опрошенных. Благодаря Instagram часто знакомятся с новыми брендами 58,3 % респондентов.

В 2018 г. миру была представлена новая видеоплатформа — TikTok, которая на 01.01.2021 насчитывала 1,1 млрд ежемесячных активных пользователей. TikTok — это сервис для создания и просмотра коротких видео. Данное приложение стало популярным благодаря простому интерфейсу и современному дизайну. В среднем каждый пользователь открывает приложение TikTok восемь раз

в день и проводит здесь примерно 52 минуты ежедневно, поэтому рекламные ролики набирают много просмотров, что повышает уровень продаж товаров и услуг. Просмотр коротких видеороликов особенно актуален, ведь они позволяют не перегружать пользователей информацией [2].

Популярные белорусские бренды также ведут Instagram- и TikTok-страницы. Например, Conte, OZ, Megator, ВУСКОВСКИ, Luxvisage и др.

Реклама в социальных сетях имеет следующие преимущества: скорость и простота, низкие затраты, вирусный маркетинг, интерактивность.

Таким образом, анализируя современные тенденции интернет-рекламы, можно сделать вывод, что интеграция рекламы в социальные сети будет только усиливаться, что приведет к появлению новых ее форм.

Источники

1. Тренды маркетинга 2022: чат-боты, метавселенные, и немного проблем [Электронный ресурс] // Texterra. — Режим доступа: <https://texterra.ru/blog/trendy-marketinga-chat-boty-metavselennye-i-nemnogo-problem.html>. — Дата доступа: 20.03.2022.

2. Статистика TikTok — 29 показателей (на конец 2021 г.) [Электронный ресурс] // Logotip.online. — Режим доступа: <https://logotip.online/blog/statistika-tiktok/>. — Дата доступа: 20.03.2022.