

Коммуникационные инструменты в социальной сети инстаграм при продвижении бизнеса на примере ресторана «Якитория»

Научный руководитель – Ускова Светлана Викторовна

Хмелев И.М.¹, Замякина П.Л.², Долматова П.Д.³

1 - Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Сибирский Государственный Университет Науки и Технологий имени Академика М.Ф. Решетнева Красноярск, Россия, *E-mail: iron_man@mail.ru*; 2 - Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Сибирский Государственный Университет Науки и Технологий имени Академика М.Ф. Решетнева Красноярск, Россия, *E-mail: zpl-98@bk.ru*; 3 - Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Сибирский Государственный Университет Науки и Технологий имени Академика М.Ф. Решетнева Красноярск, Россия, *E-mail: dlina555@yandex.ru*

Одно из важнейших условий успешного бизнеса - умение выстраивать коммуникационную политику, используя наиболее оптимальные инструменты продвижения, направленные на информирование и привлечение внимания целевой аудитории. Сочетание коммуникационных инструментов (SMM, связей с общественностью, рекламы и пр.) стало необходимым условием успешной работы с потребителем на современном рынке. Создание эффективного комплекса коммуникаций, выбор канала коммуникации - это те факторы, которые могут определить всю дальнейшую работу и успех взаимодействия с аудиторией на протяжении всего существования компании. На сегодняшний день в сети Интернет функционирует большое количество рекламных площадок, которые являются эффективными и экономичными каналами для осуществления рекламно-коммуникационного продвижения компаний. Такими площадками выступают социальные сети.[3]

Продвижение в сетевых сообществах осуществляется посредством применения инструментария интернет-коммуникаций, а именно: таргетированной рекламы, рекламных акций сотрудничества с другими брендами или медийными личностями и т.д.[1] Основным преимуществом коммуникационного продвижения в социальных сетях, по сравнению с традиционными офлайн-каналами, является высокая степень доверия к сообщениям со стороны целевых групп и контактных аудиторий.[8] Это обусловлено рекомендательной схемой распространения информации в социальных сетях и точечным воздействием на заинтересованную аудиторию.

Одним из наиболее актуальных каналов продвижения бизнеса является социальная сеть Instagram, которая в полной мере отвечает требованиям общества визуальной культуры и предлагает широкий коммуникационный инструментарий.[5] В настоящей работе возможности использования коммуникационных инструментов в данной социальной сети рассмотрены на примере ресторана «Якитория».

В ходе анализа деятельности ресторана установлено, что некоторые интернет-коммуникации «Якитории» нуждаются в совершенствовании ввиду низкой эффективности. В частности, сделан вывод о недостаточно результативном использовании социальной сети Instagram.[10] Установлено, что текущие усилия ресторана «Якитория» должны быть направлены на совершенствование контент-стратегии, привлечение большего количества подписчиков и повышения интерактивности коммуникационного взаимодействия. С этой целью были разработаны конкретные мероприятия по оптимизации контента, активации интернет-аудитории, например:

- создавать больше конкурсов, например, розыгрыш еды своего бренда среди подписчиков сообщества;

- поощрять отзывы от клиентов, сотрудников и поставщиков, например, скидками на еду в ресторане;
- регулярно создавать опросы о деятельности ресторана;
- размещать позитивные фотографии сотрудников и посетителей;
- размещать фотографии о внутренней жизни компании;
- публиковать фотопрезентации товаров.

Также рекомендуется привлечение к сотрудничеству селебрити, применение хэштегов и размещение таргетированной рекламы.

Предполагается, что внедрение рекомендованных мероприятий будет способствовать расширению круга подписчиков ресторана «Якитория» в Instagram, привлечению дополнительного трафика в магазин из социальной сети Instagram и, как следствие, получение компанией дополнительной прибыли.

Представленные рекомендации являются целесообразными и могут быть внедрены в деятельность ресторана «Якитория». Таким образом, поставленные задачи в работе решены, исследовательская цель достигнута.

Источники и литература

- 1) Алешина И.В. Паблик Рилейшнз для менеджеров и маркетеров. -Текст : непосредственный. М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем» издательство «ГНОМ-ПРЕСС», 1997. - 256 с.
- 2) Зуев М. Интернет-маркетинг 3.0 . - Текст : непосредственный. / М. Зуев. – СПб.: Питер, 2011.– 216 с.
- 3) Калужский М.Л. Сетевые интернет-коммуникации как инструмент маркетинга . - Текст : непосредственный. // Практический маркетинг.– 2013. – № 2. – 32-39 с.
- 4) Интернет-торговля вытесняет традиционные магазины – Текст: электронный. - // rg.ru : новостной ресурс. – 2020. - URL: <http://www.rg.ru/2015/02/03/torgovlya.html> (дата обращения: 19.02.2020)
- 5) Интернет-аудитория России в 2016 году увеличилась до 84 млн. человек – Текст: электронный. // Коммерсант: сайт. - URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2902054> (дата обращения: 19.02.2020)
- 6) Как раскрутить Instagram самостоятельно с нуля: подробная инструкция – Текст: электронный. / Веб-центр: блог. – 2020. – URL: <https://www.obrazstroy.ru/blog/kak-prodvint-instagram-vse-vidy-prodvizheniya-akkaunta-v-odnoy-state/> (дата обращения: 19.02.2020)
- 7) Как сделать Instagram инструментом маркетинга – Текст: электронный. // mart-museum: сайт. – 2014. – URL: http://mart-museum.ru/mart_articles/instagram-how-to/ (дата обращения: 19.02.2020).
- 8) Курносова Е. Социальные сети в цифрах // Е. Курносова. – Текст: электронный . Изображение : электронные // Mediascope : сайт. , Москва, 2020. . – URL: https://mediascope.net/upload/iblock/f97/18.04.2019_Mediascope_%D0%95%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B0%20%D0%9A%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%A0%D0%98%D0%A4+%D0%9A%D0%98%D0%91%202019.pdf (дата обращения: 19.02.2020).
- 9) Ресторан японской кухни «Якитория» – Текст: электронный . Изображение : электронные // Якитория Bellini : аккаунт. , Красноярск, 2020. . – URL: https://www.instagram.com/yakitoriya_bellini/ (дата обращения: 19.02.2020)

Иллюстрации

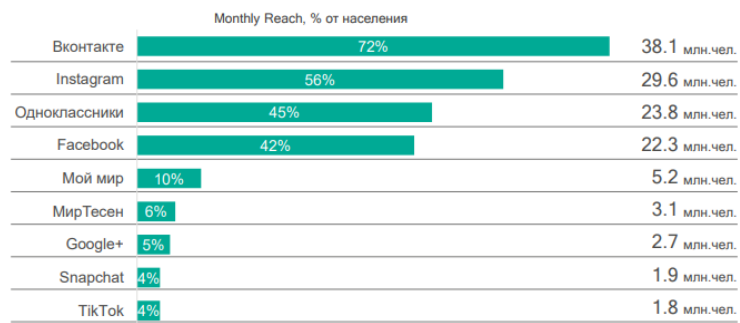


Рис. 1. Ежемесячная аудитория социальных сетей на 2019 г.

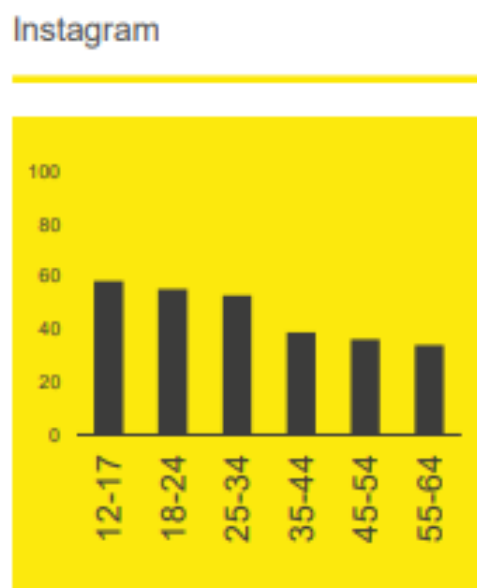


Рис. 2. Активность по возрасту пользователя.

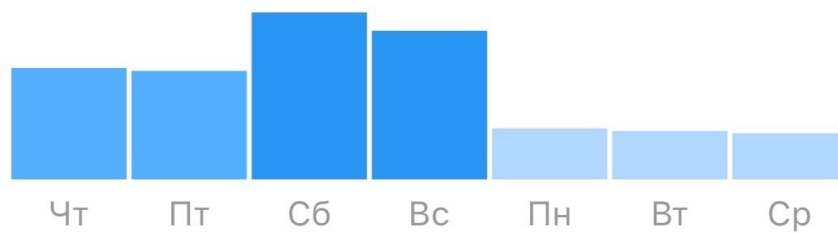


Рис. 3. Статистика активности пользователей по дням.



Рис. 4. Статистика активности пользователей по времени.

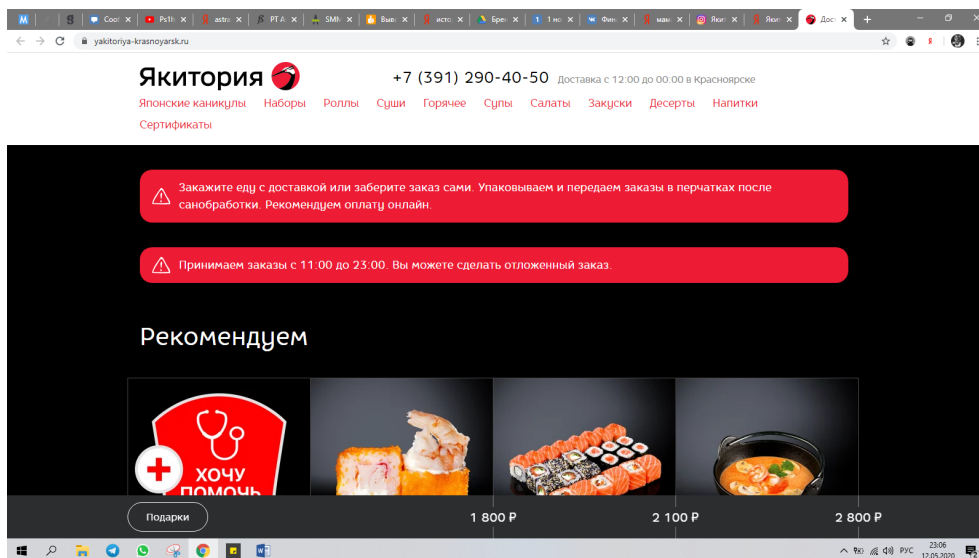


Рис. 5. Главная страница сайта Яктория.

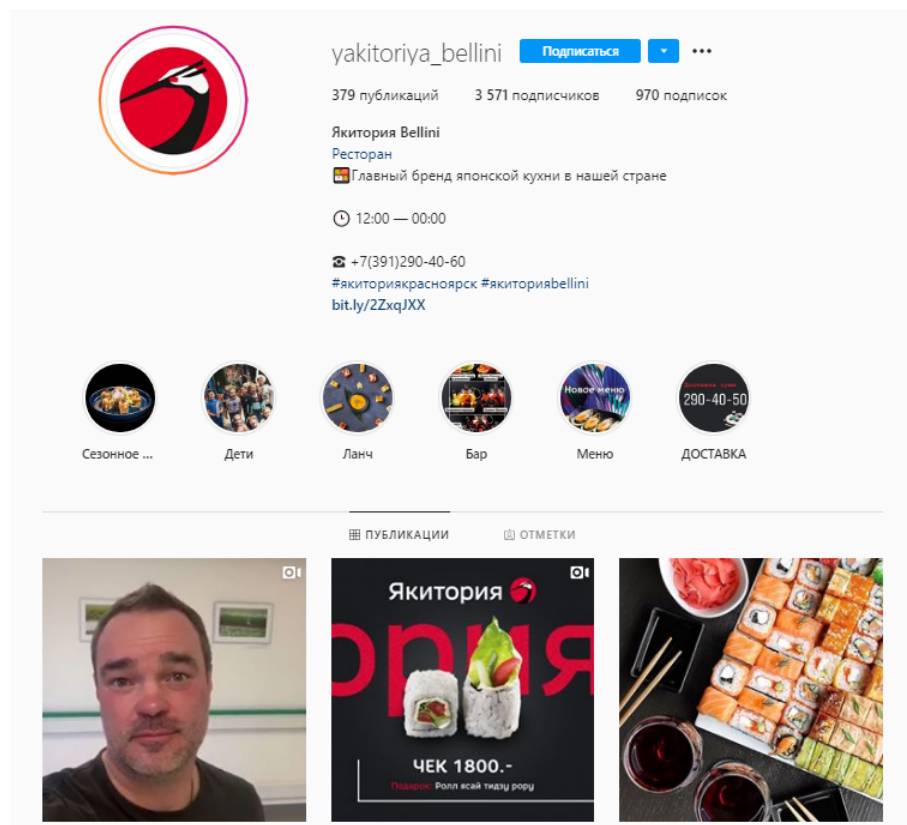


Рис. 6. Страница Instagram ресторана Якитория.