

## Использование Social Media Marketing для популяризации деятельности научно-исследовательской лаборатории.

Social Media Marketing (SMM) - процесс привлечения трафика или внимания к бренду или продукту через социальные платформы. Это комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний и решения других бизнес-задач.

Основной упор в SMM делается на создании контента, который люди будут распространять через социальные сети самостоятельно, уже без участия организатора. Считается, что сообщения, передаваемые по социальным сетям, вызывают больше доверия у потенциальных потребителей товара или услуги. Это связывается с рекомендательной схемой распространения в социальных медиа за счёт социальных связей, лежащих в основе взаимодействия.

Продвижение в социальных сетях позволяет точно воздействовать на целевую аудиторию, выбирать площадки, где эта аудитория в большей степени представлена, и наиболее подходящие способы коммуникации с ней, при этом в наименьшей степени затрагивая не заинтересованных в этой рекламе людей.

Важно отметить, что SMM применяется не только на товарах и услугах. Активно используют SMM-технологии Средства массовой информации. Они создают свои аккаунты в социальных сетях, размещают свой контент и тем самым собирают подписчиков (читателей своего продукта).

Зачем нужен SMM научно-исследовательской лаборатории? С его помощью мы достигаем решения следующих задач:

1. О нашей лаборатории узнает больше людей г. Томска;
2. Люди участвовавшие в социальных исследованиях и опросах смогут узнать результаты, если заказчик будет не против;
3. Подписчики смогут предложить провести исследование, касающихся их проблем;
4. Подписчики смогут прочитать интересные статьи;
5. Выпускники и абитуриенты смогут увидеть работу специальности ОРМ.

Современную деятельность нельзя представить вне социальных сетей (наиболее известных в Российской Федерации: ВКонтакте, Facebook, Twitter, Instagram), ведь большинство информации современный человек получает через соц. сети. Поэтому множество брендов, СМИ и прочие компании создают аккаунты в этих сферах. Наша лаборатория решила поступить также, ведь чем больше людей будут на нас подписаны, тем больше информация о нашей лаборатории и нашей деятельности, будут знать. Отсюда вытекает большое количество плюсов. Путем обсуждений на наших страничках, мы сможем создавать качественный контент, интересный нашим подписчикам. Сможем убрать минусы в нашей лаборатории, читая критику в комментариях. И так далее.

На сегодняшний день нами сделано следующее:

1. Создана группа в социальной сети ВКонтакте. Но она пока пустая. Ведется набор материала проделанных работ лаборатории, после чего они будут редактироваться для простого читателя;
2. Создан логотип (см. Приложение), но его нужно доработать, оптимизировать. Ведь мало из известных нам компаний, которые не меняли свой логотип с момент создания бренда;
3. Создан персональный сайт для лаборатории.

Наши задачи на 2017г.

1. Качественный контент. Наши страницы мы будем наполнять качественным контентом, как информативным, так и развлекательным. Если же мы будем опираться на один тип контента, то у нас будет мало подписчиков. Допустим, у нас только информативный контент, то люди очень быстро устанут от потока информации и паблик в очень скором времени останется с малым количеством подписчиков. Или наоборот развлекательный контент: в соц.сетях существует множество развлекательных пабликов и страниц, это первый минус, второй будет то, что на нас будут подписываться неадекватные

пользователи, которые только и хотят, что вывалить «кучу мусора» в обсуждениях и комментариях. Третий минус и самый главный, мы не сможем постоянно что-то новое придумывать, чтобы развлекать подписчиков, и в будущем придется делать как большинство развлекательных страниц, нам придется копировать развлекательную информацию у других поставщиков данного контента;

2. Выдерживание пропорции информативного и развлекательного контента (60% на 40%);
3. Взаимодействие с подписчиками в обсуждениях (комментариях);
4. Выдерживание нормативной лексики в обсуждениях.
5. Наличие обсуждений в паблике (100-1000 обсуждений);
6. Количество репостов (200-800 репостов);
7. Открытие пабликов в других социальных сетях (Facebook, twitter, instagram);
8. Создание комплекса мер по внутренней и внешней оптимизации, для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей.
9. Увеличения числа подписчиков группы. Повышение трафика на сайте.

