

УДК 659.4

Фарапонов Владислав Олегович,
магистрант,
кафедра моделирования управляемых систем,
Институт экономики и управления,
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента
России Б.Н.Ельцина»
г. Екатеринбург, Российская Федерация

Зубкова Валерия Игоревна,
магистрант,
кафедра моделирования управляемых систем,
Институт экономики и управления,
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого Президента
России Б.Н.Ельцина»
г. Екатеринбург, Российская Федерация

ПУТИ РАЗВИТИЯ ПЛОЩАДОК ДЛЯ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ОГРАНИЧЕНИЙ

Аннотация:

В статье представлены социальные сети для продвижения бизнеса и создания альтернативных источников продаж в условиях блокировок и санкций. Описаны три основных канала, набирающих популярность, и разобраны главные функции данных площадок.

Ключевые слова:

Продвижение, деньги, реклама, бизнес, предпринимательство, социальные сети

В марте 2022 года был заблокирован ряд социальных сетей, что негативно повлияло на работу бизнеса в России. Многие социальные сети были хорошей рекламной площадкой для большинства компаний и владельцев малого бизнеса, а также служили им надежным источником продвижения бренда и наращивания аудитории. Многим индивидуальным предпринимателем пришлось столкнуться с риском исчезновения главного канала продаж и общения с покупателями.

Тем не менее, пока одна половина аудитории продолжает использовать данные соцсети в обход блокировок, другая пытается осваивать новые площадки. Именно поэтому следует разобраться, как малому бизнесу и предпринимателям адаптироваться к новым условиям.

В первую очередь, стоит обратить внимание на другие социальные сети, из которых можно выделить два наиболее подходящих варианта:

1. ВКонтakte – крупнейшая соцсеть в России, которой ежемесячно пользуются около 97 миллионов человек;
2. TenChat – стремительно растущая социальная сеть для поддержания делового общения, предназначенная для предпринимателей, фрилансеров и диджитал-специалистов.

По данным официальной пресс-службы ВКонтakte, всего за неделю с момента блокировки на платформе начали вести свое дело и тестировать инструменты для бизнеса около 300 тысяч новых предпринимателей, а использовать для продажи своих услуг и товаров встроенные Магазины ВКонтakte – около 120 тысяч бизнес-сообществ [1].

Среди обильного количества функций для бизнеса можно выделить следующие возможности данной платформы:

1. Встроенный магазин, каталог товаров и услуг, что способствует продажам напрямую в соцсети, а также внутренняя база данных для отслеживания и настроенная система платежей;

2. Обсуждения в группах, которые можно использовать для закрепления отдельной информации – доставке, отзывах, оформлении заказа и наиболее часто задаваемых вопросах;

3. Наиболее популярные формы медиаконтента – истории, клипы, прямые эфиры и видео [2]. Формально, это объединение преимуществ всех соцсетей.

Социальная сеть TenChat, на первый взгляд, предназначена больше для B2B сегмента. На данный момент в соцсети доступны следующие функции:

1. Автоматический поиск тендеров в Единой информационной системе в сфере которые подходят для закупок и электронных площадок для проведения торгов.

2. Проверка лиц для взаимодействия по всей России – помощь в поиске организаций, проверке их бизнеса и истории по уплате налогов и прохождения проверок, осуществляемых налоговым органом, просмотра лицензий, проверке кодов деятельности по ОКВЭД, просмотр участия контрагентов в государственных заказах.

3. Финансовая платформа для предпринимателей, который оказывают услуги по тендерному сопровождению, получению банковских гарантий и кредитов на исполнение контрактов и созданию расчетных счетов для бизнеса.

Продвижение компании пока возможно через контент-маркетинг, публикацию постов и статей. Для поиска бизнес-партнеров предназначен раздел «Связи», в котором можно найти рекомендации среди людей и компаний. Поиск облегчается алгоритмом, который оценивает уже имеющиеся рабочие контакты и предлагает похожих по профилю людей.

В ближайшем будущем планируется расширить возможности платформы в сфере коммуникаций – добавить истории, видео и редактор статей.

Помимо социальных сетей можно рассмотреть и другую возможность по продвижению – блоги и групповые чаты. Среди популярных вариантов также можно выделить две наиболее подходящих позиции:

1. Telegram - бесплатный облачный мессенджер от основателя соцсети ВКонтакте, возможности которого не ограничиваются одной лишь перепиской [3];

2. Яндекс.Дзен – рекомендательный сервис с индивидуальными публикациями, показывающий пользователям контент по интересам.

Telegram предлагает три возможных варианта взаимодействия с аудиторией:

– Создание групповых чатов, которые хорошо подойдут для постоянных клиентов или участников программ, предлагаемых компанией;

– Ведение каналов, которые являются основным отличием от других мессенджеров и представляют собой гибрид новостной ленты и личного блога компании, предназначенных в основном для новостей о новых продуктах, специальных акциях и скидках;

– Создание собственных чат-ботов, которые помогут в автономном режиме отвечать на наиболее часто задаваемые вопросы пользователей и предлагать навигацию по предоставляемым услугам.

Однако, не обошлось и без минусов, среди которых – довольно базовая навигация, состоящая из папок с чатами, довольно низкие показатели вовлеченности, отсутствие органического роста, из-за чего продвижение происходит в основном с помощью рассылок, взаимной и платной рекламы.

Яндекс.Дзен, в свою очередь, будет полезен для компаний с собственным блогом, крупных брендов, нишевого бизнеса с узкой аудиторией, образовательных проектов и специалистов, продвигающих свой бренд.

Для предпринимателей площадка предоставляет 3 возможных варианта взаимодействия: нативная реклама, официальная реклама и фирменный канал компании. Нативная реклама — небольшое упоминание о компании размещенная автором канала; владелец бизнеса согласовывает стоимость с автором канала индивидуально. Официальная реклама - "штучное" размещение рекламных статей на продукции. Такая статья канала, оплаченная как рекламная публикация, будет активно появляться в рекомендациях Яндекс.Дзен. Бренд-канал — самый эффективный формат работы с Яндекс.Дзен и хороший инструмент продвижения для бизнеса, максимально связывающий каждый пост с имиджем рекламодача.

К минусам Яндекс.Дзен можно отнести нестабильность результатов и отсутствие накопительного эффекта, сложность в регулярном производстве контента и иногда — экономическая нецелесообразность.

Помимо всего прочего, можно также воспользоваться таргетированной рекламой, услуги предоставления которой предлагает сервис MyTarget. Данная платформа позволяет настраивать и размещать таргетированную по интересам рекламу в социальных сетях ВКонтакте, Одноклассники, Мой Мир и других проектах компании Mail.Ru Group. MyTarget подходит для рекламы сайтов, раскрутки интернет-магазинов и групп в социальных сетях. Для предпринимателей площадка предлагает всего семь форматов рекламы, но основными считаются три, которые используются большинством рекламодателей:

- Рекламный блок широкого формата, в котором показы осуществляются в ленте новостей в Моем мире и Одноклассниках;
- Стандартный баннер, который показывается в боковой панели в Одноклассниках, Мой Мир и почте Mail.ru;
- Тизер, который показывается в тех же социальных сетях, что и стандартный баннер и на всех других проектах Mail.Ru Group.

К минусам MyTarget можно отнести отсутствие выбора конкретной площадки, причиной чего является привязка к формату, а также качество трафика, который приносят часть площадок.

Подводя итоги, стоит заметить, что успех в бизнесе и рост в качестве специалиста или предпринимателя происходил благодаря качеству продукта и ценному опыту, который был важен аудитории. Заблокированные в условиях санкций и при прочих обстоятельствах соцсети были лишь инструментом, который связывал предпринимателей и целевую аудиторию.

Именно поэтому не стоит поддаваться панике и стараться адаптироваться к новым условиям, спокойно продолжая делать то, что и так прекрасно получалось до блокировок, а именно – радовать клиентов качественным сервисом и продуктами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Более 300 тысяч новых предпринимателей начали вести свой бизнес ВКонтакте [Электронный ресурс]. – URL: <https://vk.com/press/business-start-march> (дата обращения 14.04.2022)
2. Первая деловая социальная сеть в России [электронный ресурс]. – URL: <https://habr.com/ru/news/t/597241/> (дата обращения 15.04.2022)
3. Социальные сети для бизнеса [Электронный ресурс]. – URL: <https://womlifeclub.ru/statya/obuchenie/socialnye-seti-zachem-oni-nuzhny-biznesu> (дата обращения 15.04.2022)

Faraponov Vladislav O

master

Department of Controlled Systems Modeling

Graduate School of Economics and Management,

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin

Yekaterinburg, Russian Federation

Zubkova Valeria I.

master

Department of Controlled Systems Modeling

Graduate School of Economics and Management,

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin

Yekaterinburg, Russian Federation

WAYS TO DEVELOP E-BUSINESS PLATFORMS IN CONDITIONS OF RESTRICTIONS

Abstract:

The article presents social networks for business promotion and creation of alternative sources of sales in the conditions of blockages and sanctions. Three main channels that are gaining popularity are described, and the main functions of these platforms are analyzed.

Keywords:

Promotion, money, advertising, business, entrepreneurship, social networks