

УДК 339.138

**Шишкина Мария Павловна,**

студент,  
кафедра маркетинга,  
Институт экономики и управления,  
ИнЭУ «Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»  
г. Екатеринбург, Российская Федерация

**Тыникова Анастасия Павловна,**

студент,  
кафедра маркетинга,  
Институт экономики и управления,  
ИнЭУ «Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»  
г. Екатеринбург, Российская Федерация

**Матушкина Ольга Евгеньевна,**

кандидат экономических наук, доцент,  
кафедра маркетинга,  
ИнЭУ «Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»  
г. Екатеринбург, Российская Федерация

**ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ КОМПАНИИ «AVIASALES» В ИНТЕРНЕТ-СРЕДЕ**

*Аннотация:*

В статье рассмотрены особенности продвижения услуг компании «Aviasales» в интернет среде. В результате было выявлено, что основная концепция рекламы рассматриваемой компании – это провокация и юмор. Так же проведен опрос с целью выявления наиболее результативного инструмента продвижения компании «Aviasales» в интернет среде. Результаты опроса показали, что данной платформой является YouTube.

*Ключевые слова:*

инструменты продвижения, социальные сети, искусственный интеллект, интернет.

*Цель научной работы:* выявить, какие инструменты продвижения услуг компании «Aviasales» являются наиболее эффективными.

*Задачи научной работы:*

- Проанализировать продвижение компании в социальных сетях;
- Выяснить концепцию рекламы компании «Aviasales»
- Выявить влияние искусственного интеллекта на развитие компании;
- Сделать выводы о корректности гипотезы или опровергнуть её

*Гипотеза:* Самым эффективным способом продвижения компании «Aviasales» в интернет среде является видеохостинг YouTube.

Компания «Aviasales» (также известная как Jetradar) является одним из крупнейших мировых поисковиков дешевых авиабилетов [1].

Компания предлагает пользователям поиск авиабилетов различных авиакомпаний и сайтах бронирования для того, чтобы помочь им найти наиболее выгодное предложение. Она сотрудничает с более чем 1200 авиакомпаниями и агентствами по бронированию, предоставляя доступ к миллионам авиабилетов ежедневно [1].

Главная площадка продвижения услуг «Aviasales» — это интернет. Компания использует различные инструменты маркетинга и рекламы, в том числе SEO, социальные сети, контекстная реклама, сотрудничество с медийными личностями.

«Aviasales» активно присутствует в социальных сетях, таких как: VKontakte, Facebook, Дзен, Twitter, Instagram, Telegram, YouTube и Одноклассники.

Проведя сравнительный анализ эффективности использования социальных сетей, были выделены следующие критерии оценки – количество подписчиков и активность пользователей на определённой сети.

Данные, представленные в таблице, приведены на основе социальных сетей компании «Aviasales» (таблица 1).

Таблица 1 – Сравнительный анализ эффективности социальных сетей компании Aviasales

	Vkontakte	Instagram	Facebook	Twitter	Telegram	YouTube	Дзен
Количество подписчиков (тыс.ч)	354,7	365	210	170	149,6	117	32,2
Среднее количество комментариев	12	25	7	4	11	8	5
Среднее количество отметок "Нравится"	73	922	28	32	285	92	550

Не смотря на большое количество подписчиков и активность аудитории в такой социальной сети, как Instagram (365 000), наиболее «близкая» коммуникация компании и пользователей происходит именно в Telegram-канале, где количество подписчиков за последние несколько месяцев выросло и достигло отметки в 149 600 человек. Это обусловлено тем, что на данной площадке «Aviasales» взаимодействует с подписчиками с помощью опросов и активно отвечает на комментарии зрителей.

YouTube занимает шестое место в сравнительной таблице по количеству подписчиков и также уступает Instagram, Telegram и Дзен по отметкам «Нравится». Можно заметить, что среднее количество комментариев в данной социальной сети является приемлемым относительно аудитории в 117 000 человек в сравнении с другими площадками.

Говоря о социальных сетях, важно сказать, что они по большей части нужны именно для узнаваемости бренда. Пользователи меньше доверяют коммерческим каналам, из этого вытекает низкая конверсия. Поэтому в первую очередь необходимо запомниться и остаться в подсознании потребителя. Так как в среднем граждане России путешествуют 2 раза в год, покупка билетов не является ежедневной задачей, именно поэтому важно, чтоб об «Aviasales» вспоминали в период планирования отпуска.

Для выявления инструмента, с помощью которого продвижение компании происходит наиболее эффективно был проведен опрос. Рассмотрим его результаты:

Где вы чаще всего сталкиваетесь с рекламой компании Aviasales?

 Копировать

54 ответа

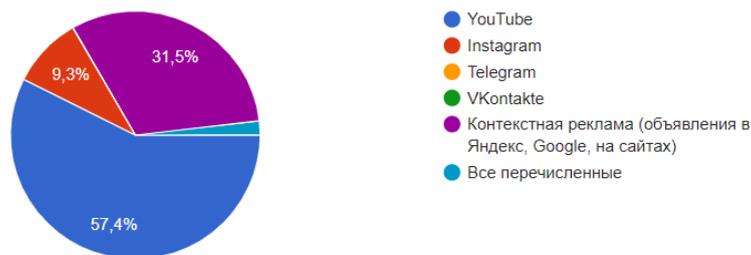


Рисунок 1 – Процентное соотношение взаимодействия пользователей с рекламой Aviasales на различных площадках

По рисунку 1 видно, что пользователи сети в большинстве случаев сталкиваются с данной компанией на такой платформе как YouTube (57,4%). Однако, можно заметить, что контекстная реклама также является достаточно эффективным инструментом, её указали 31,5% респондентов.

Не смотря на наличие собственного канала, наибольший отклик компания получает от сотрудничества с медийными личностями. Об этом говорит то, что рекламу у блогеров указал 61,1% опрошенных (рисунок 2).

Так же важно отметить, что основная часть респондентов (64,2%) указали, что не переходят по ссылке на сайт компании после реклам (рисунок 3).

Это не является плохим результатом в связи с тем, что спрос на покупку билетов непостоянен и завист от таких факторов как сезонность, ситуация в мире, финансовое благосостояние граждан и так далее. Поэтому процент перехода в первую очередь говорит о результативности такого инструмента как сотрудничество с медийными личностями на платформе YouTube.

«Aviasales» вы чаще видите:

54 ответа

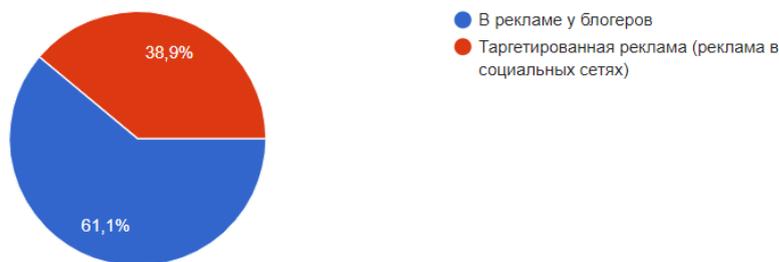


Рисунок 2 – Процентное соотношение частоты появления рекламы у блогеров и в таргете

Переходите ли вы по ссылке на сайт компании «Aviasales» после рекламы у блогеров?

53 ответа

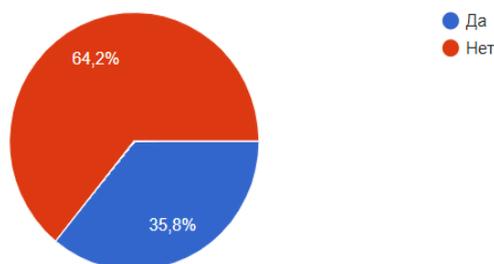


Рисунок 3 – Процентное соотношение перехода на компанию после рекламы у блогеров

В результате опроса было выявлено, чем реклама «Aviasales» привлекает аудиторию. Было получено 53 ответа, среди которых можно выделить наиболее схожие с остальными:

- Креативность подачи;
- Актуальность;
- Юмор.

Основываясь на ответах респондентов и анализе всех платформ, где продвигается компания, была выявлена одна общая черта. Не смотря на различия контента и целевых аудиторий, компания использует для эффективного продвижения одну основную концепцию – сочетание юмора и актуальной информации, которая может вызвать интерес у публики и средств массовой информации (провокации).

Социальные сети являются эффективным инструментом продвижения компании, при этом стоит еще раз отметить, что в большей степени узнаваемость бренда достигается за счет рекомендаций на YouTube. На основе этого можно сделать вывод, что продвижение компании связано не только с количеством подписчиков и активностью пользователей.

Анализируя работу компании и её продвижение важно отметить использование искусственного интеллекта. На данный момент компания автоматизировала часть работы с помощью ИИ, но это в первую очередь упрощает работу сотрудников. В связи с этим были рассмотрены варианты использования данной технологии для улучшения взаимодействия потребителей с «Aviasales»:

- Добавление голосового помощника на сайт «Aviasales». В настоящее время уже существуют голосовые помощники, которые могут найти всё необходимое и рассказать человеку. Однако, если «Aviasales» создаст собственного бота/виртуального голосового помощника, базирующегося только на сайте или в приложении компании, то процесс поиска билетов может стать более удобным и интересным.
- Другим вариантом использования искусственного интеллекта может быть следующее: искусственный интеллект, который сможет по увлечениям пользователя подобрать место, где он бы мог интересно провести время. Данная опция заинтересовала бы как пользователей сайта, так и как пользователей, которые увидели рекламу мета поисковика авиабилетов.

Основная задача продвижения «Aviasales» в интернет среде — это запомниться пользователям. С этим наиболее эффективно справляется продвижение на видеохостинге YouTube и контекстная реклама. Таким образом, гипотеза подтвердилась, самым эффективным способом продвижения компании «Aviasales» в интернет среде является видеохостинг YouTube. Так же можно отметить, что «Aviasales» привлекает внимание

развлекательным контентом и провокационной рекламой, которая вызывает у пользователей сети различные эмоции. Кто-то пишет негативные комментарии, а кто-то, наоборот, поддерживает компанию. Однако, и та и другая реакция положительно сказывается на продвижении компании.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Официальный сайт компании Aviasales  
URL: <https://www.aviasales.ru/?marker=15468.ydof241309827226&yclid=17154730281333424127> (дата обращения: 7.11.2023).

**Tynnikova Anastasia Pavlovna,**  
student,  
Department of Marketing,  
Institute of Economics and Management,  
Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin  
Yekaterinburg, Russian Federation

**Shishkina Maria Pavlovna,**  
student,  
Department of Marketing,  
Institute of Economics and Management,  
Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin  
Yekaterinburg, Russian Federation

**Matushkina Olga Evgenievna,**  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Department of Marketing,  
InEU "Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin"  
Yekaterinburg, Russian Federation

### FEATURES OF PROMOTING THE SERVICES OF THE AVIASALES COMPANY IN THE INTERNET ENVIRONMENT

#### *Abstract:*

This article discusses the features of promoting the services of the Aviasales company in the Internet environment. As a result, it was revealed that the main concept of advertising for the company in question is provocation and humor. This allows you to maintain brand awareness, which is paramount for a company where demand is irregular. A survey was also conducted to identify the most effective tool for promoting the Aviasales company in the Internet environment. The survey results showed that network users in most cases encounter this company on a platform such as YouTube.

The purpose of the scientific work: to identify which tools for promoting the services of the Aviasales company are the most effective.

#### *Keywords:*

promotion, social networks, artificial intelligence.