

РОСТ И РАЗВИТИЕ PR В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Козлова Яна Александровна

студент, Оренбургский Государственный Университет, РФ, г. Оренбург

Сорокин Олег Николаевич

научный руководитель, канд. ист. наук, Оренбургский Государственный Университет, РФ, г. Оренбург

Мир не стоит на месте. В то время, как маркетинг занимается естественной поисковой оптимизацией – реклама на TV, радио, билбордах и других стандартных носителях, в большинстве организаций, PR активно охватывает социальные сети, микро-блоги, веб-контент и другие площадки во всемирной паутине.

Социальные сети более важны для обновления веб-контента. В онлайн-коммуникациях очень высокие уровни принятия, демонстрирующие, что новые медиа и социальные сети в настоящее время являются основной частью сетевого обмена.

Они стали неотъемлемой частью организационных коммуникаций.

Так, например, внедрение социальных сетей оценивает естественную поисковую оптимизацию.

Простота использования микро-блогов значительно подняла статистику в свою пользу до 62%

Я считаю, что облегчая людям возможность участия и взаимодействия с соц.сетями, может с легкостью поднять социальную активность СМИ и заработка связанных с PR коммуникациями.

На данный момент есть база наработанных площадок социальных сетей, где значительно увеличилось развитие рекламы с 2014 по 2018 год. Так малые и средние предприятия значительно опережают более крупные организации, когда речь идет о внедрении их рекламы в крупные интернет порталы, в России это : Яндекс, you tub, Instagram, vk ,twitter.

Знание социальных медиа почти так же важно, как и традиционные навыки общения со средствами массовой информации. Для специалистов, которые принимают на работу сотрудников по связям с общественностью очень важно знание в области средств массовой информации.

В ходе исследования можно провести параллель между умением правильно обращаться с соц.сетями:

- 82% заявили, что знания в области средств массовой информации важны или очень важны
- 77% сказали, что знание блога, подкастинга и микро-блогов важно или очень важно
- 84% сказали, что понимание услуг PR продвижения является одним из важных пунктов при принятии на работу

Даже самые престижные СМИ, такие как Forbes, New Yorker, Popular Science, National Geographic навсегда поменяли свое мнение о важности соц.сетей . Как можно догадаться,

новости там появляются в ускоренном темпе, вместе с мнениями и комментариями пользователей.

Искусство влияния масс через соц.сети или общение с внутренней или внешней аудиторией должны были эволюционировать только для того, чтобы выжить. Эти революции были хорошо объяснены десятками книг и тысячами статей в Интернете, а некоторые в книгах нового типа. Но большой разрыв между интенсивным развитием и использованием блогами и интернет ресурсами значительно ударил по восприятию людей на радио, газеты, листовки и другие устоявшиеся в обществе виды СМИ.

Хочу поделиться пятью способами, которыми Интернет смог изменить общественное мнение и перевернуть о нем восприятие, как о площадке для рекламы и заработка:

1.Беседы.

Старая модель которая не теряет силу воздействия интереса, направленную на людей. Для того, чтобы взаимодействовать с аудиторией можно использовать блоги, как свои, так и компании, которая нуждается в пиаре. К примеру в соц.сеть Instagram активно развивает рекламу, направленную на опросы публики ,ее оценки. Крупной рекламой, как правило, занимаются блогеры, имеющие большую аудиторию, они делятся тем или иным продуктом рекламы с помощью коротких бесед и рекомендаций для их зрителей.

2.Цинзура и антипиар в соц.сетях.

Теперь большинство людей сидят в соц.сетях и повсюду их окружает реклама. На сайтах, видео, картинках. В зависимости от вашей перспективы и интересов, программы сами генерируют вам рекламу, за которой стоит большая конкуренция компаний. Многие фирмы пытаются испортить репутацию друг-другу и тем самым убрать конкурентов, поднимая себя на уровень выше. Для такого, чтобы быстро решить проблему с черным пиаром в компании назначаются PR менеджеры, которые должны следить за платформами социальных сетей и реагировать на кризисы в течении нескольких минут, с момента обнаружения проблемы.

3.Фото и видео контент.

Для тех, кто плохо освоил фото или видео технику, советую обзавестись личным контент-видеографом. Их задача заключается в том, чтобы сделать качественные фото или видео рекламируемого объекта, создать визуальную картину бренда. Для этого существует большое количество поисковых систем и платных сервисов, одним из таких является Vocus.

4.Работа с текстами.

Актуальность рекламированного товара в соц.сетях напрямую зависит от текста и его подачи. К сожалению, не все люди обладают навыками грамотного письма, для это существуют специализированные на текстах PR менеджеры. Их задача заключается в том, чтобы заинтересовать потребителя в рекламируемом товаре.

Однако усилить подачу такого поста поможет грамотно снятое видео или фото.

5.Контент.

У каждой фирмы, компании существует своя подача продукта, стиль, образ. Совокупность грамотно поставленного текста, качественных фото и навыков пользования соц.сетями называется контентом.

Он делает бренд запоминающимся и ярким по сравнению с конкурентами.

Существуют разные виды контента, которыми занимаются люди, разбирающиеся не только в SMM деятельности, но и имеющие вкус и умеющие работать с публикой.

Но даже при наличии этих советов технология может быть переоценена. Если вы активный

пользователь соц.сетей, то нужно набраться терпения и подробно изучить каждый пункт расписанный в статье.

Если бы это были все ключи на пути к выигрышному PR в соц.сетях , то ,наверное ,это была бы одна из самых легких профессий.

Связи с общественностью не меняют уже веками заложенный в блоги контент. Симпатичные видео кошек и смешные видео всегда будут пользоваться спросом для привлечения внимания.

Опубликовав что-то похожее, вы получите тонны симпатий, но на этом довольно нелегко продвинуть кампанию или свой блог.

Грамотные PR менеджеры придерживаются двух правил:

1.Все новое, хорошо закопанное старое.

Нужно помнить, что до нас уже все давно придумали, главное умение специалиста -копать так глубоко, насколько это возможно и в процессе переработать под свой лад.

2.Не забывать ценность своего нарытого камня.

Выработать свой алгоритм работы и держать его в секрете. Меньше слов для аудитории и больше эффекта «ВАУ»

Главная ключ к достижению цели - энтузиазм и желание работать.

Я пишу о пиаре в соц .сетях с целью помочь советом, людям, у которых есть понимание для чего они это делают.

В завершении своей статьи, хочу напомнить, что наличие желания - уже 50% успеха!