

INSTAGRAM-РЕКЛАМА В ОБЩЕСТВЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Дьяконова Валерия Александровна

студент, Санкт Петербургский государственный экономический университет, РФ, г. Санкт-Петербург

Сыркина Алина Николаевна

научный руководитель, канд. филос. наук, доцент, Санкт Петербургский государственный экономический университет, РФ, г. Санкт-Петербург

Instagram в настоящее время является одной из основных платформ для продвижения бренда. Благодаря этой социальной сети каждый может узнать все о тех или иных товарах и услугах. Дети, подростки, взрослые и даже пожилые люди знают Instagram. Все это определяет, что рассматриваемое явление является полноценным инструментом развития бизнеса и, безусловно, важно для исследования.

В этой ситуации нужно посмотреть на роль рекламы в Instagram с двух сторон. Во-первых, какова ценность для продавца такого способа информирования покупателя? Во-вторых, что это приносит в жизнь самому покупателю?

Как четко подмечает Ф. Бегбедер: «Реклама давно, цепко, как спрут, завладела нашим миром. Начав с фиглярства, она теперь управляет нашими жизнями». Действительно, сегодня реклама захватила почти все аспекты нашей жизни, проникая в самые секретные ее уголки. Раньше человек легко доверял советам уважаемой суперзвезды, но теперь он предпочел бы проигнорировать их или, в конце концов, разделить слова «пополам», пожаловаться на ложь, приправленную рекламными расходами. И он будет прав. Реклама прочно вошла в нашу жизнь, и ради нашего времени быстрее научиться ею управлять.

Рассматривая участие рекламы в товарно-денежных отношениях, можно сделать следующие выводы. Для производителя продукта Instagram это воздух, при отсутствии которого он просто перестанет существовать. Действительно, сложно представить бренд, у которого еще нет страницы в этой социальной сети.

На каждой платформе есть два типа рекламы: таргетированная реклама и реклама популярных персонажей [1]. Прежде всего, нужно уточнить, что входит в понятие таргетированная реклама. Прежде всего, это реклама, где пользователь (в данном случае производитель) может выбрать целевую аудиторию, которой он должен быть представлен. Возраст, пол, место жительства, интересующие вас публикации - все эти параметры входят в таргетированную рекламу. Этот вид рекламы считается более дешевым с точки зрения бюджета. Возможность отслеживать эффективность ваших публикаций с помощью статистики помогает оценить актуальность и популярность страницы. Посты, получившие наибольшее количество просмотров, можно продвигать с помощью функции, недавно представленной Instagram. Еще один неоспоримый плюс - полный контроль над публикациями и гибкая настройка аудитории. Таргетированная реклама сейчас используется повсеместно и в больших количествах.

На мой взгляд, для производителя функции, которые предлагает Instagram, облегчают «жизнь» бренда, компании. Реклама быстро и легко становится доступной широкому кругу людей. Конечно, не забывайте, что нужно грамотно составлять посты, выбирать яркие фото, снимать качественные ролики, стараться определиться со стилем страницы, но это совсем

другая история...

Далее идет реклама, которая привлекает знаменитостей - тех, чей контент наиболее популярен среди других пользователей. При правильном проведении рекламных мероприятий в этом ключе продажи могут легко «взлететь». Часто известные личности прибегают к нативной рекламе, то есть устраивают рекламу в виде советов, анализируют свои покупки с подробным описанием каждого товара, ведут прямую трансляцию из офиса косметолога или массажиста, озвучивая название салона и его адрес. Люди стали замечать рекламные уловки, в результате чего такие аккаунты быстро потеряли спрос и интерес. Но для производителя такой вид рекламы может «ударить по кошельку», ведь удовольствие — это далеко не из дешевых.

В интервью с известным Tik Tok блогером Дианой Исаевой, спросили: сколько стоит размещение рекламы на ее личной странице в Instagram со ссылкой на продавца [2]. Сумма оказалась немалой - всего 800 тысяч рублей и продакт-плейсмент в районе 400 тысяч рублей. до тех пор, пока пост остается незаметным. Чтобы внести свой вклад в этот вид рекламы, вам нужно все тщательно взвесить и, самое главное, задать вопрос: окупятся ли ваши затраты? В конце концов, говоря о знаменитостях, рекламодатель может не получить ожидаемой обратной связи. Большую роль в этом случае играет «человеческий фактор», то, как популярный человек отреагирует на возложенную на него задачу. Плохо выполненная работа ухудшит ваше финансовое положение, а в будущем и репутацию вашего бренда.

«Реклама заставляет мечтать о том, о чем мы раньше даже не подозревали», - правильно подчеркнул Ф. Бегбедер [3]. Рекламное давление на потребителей растет с каждым днем. Мы покупаем то, что нам говорят или рекомендуют. И казалось, что Instagram - это место, где человек может просто наблюдать за жизнью своих родственников и друзей, но каждый пост ловит их на рекламу. И часто многие не осознают, как просто переходят по ссылке из любопытства и через минуту уже покупают этот товар.

Конечно, потребители могут узнать о многих брендах, достойных их внимания, через Instagram. Совет, который всегда будет актуальным: «доверяй, но проверяй». Пример: девушка сегодня легко может натолкнуться на очень популярный аккаунт в Instagram «2moodstore». Стильная одежда, качественные фото и видео, как сказал бы любой подросток, - это самый «полезный контент». Каждый день вас засыпают новыми моментами счастливой жизни: красивыми девушками в столь же ослепительных нарядах. Глядя на весь праздник, возникает только одна мысль: «Надену это платье, жизнь наладится!». И так человек уже бежит в магазин за ценной вещью, но она оказывается некачественной. Примеров тому бесчисленное множество, многих людей обманывают в результате такой рекламы.

В заключение стоит подвести итоги. Мир очень меняется, меняются тенденции, образ жизни, люди и их мнения. На мой взгляд, реклама в Instagram - очень сложное явление, со своими достоинствами и недостатками, однако из всего вышесказанного напрашивается один вывод: недостатков явно больше, чем достоинств. Во-первых, рекламу легко зомбировать - человек в расслабленном состоянии заходит в социальную сеть, чтобы скачать, отдохнуть от напряженного рабочего дня. Изобилие рекламы в Instagram может сбивать с толку. Во-вторых, это сеть, которая изначально была создана, чтобы показать основные моменты вашей жизни, но на данный момент все повернуто на 360 градусов. Как вы относитесь к рекламе в Instagram?

Список литературы:

1. «Реклама в Инстаграмме: виды и стоимость» // URL: <http://xn---7sbabar7amzg9adgke7e7d.xn--p1ai/reklama-v-instagramme-vidy-i-stoimost.html>
2. Дина Саева – вся правда про рехаб, травлю в сети и современный шоу-бизнес: Большое интервью // YouTube. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=YIbSoznnK7s>
3. Ф. Бегбедер «99 франков»// Иностранка: 2006 г.

