

image not found or type unknown



Социальные медиа – это интернет ресурсы, позволяющие обмен информацией любого формата (текст, картинки, музыка, видео) и формирующие у потенциального или настоящего пользователя интерес к общей платформе с контентом. Чаще всего контент внутри социальных медиа имеет объединение по тематике или хотя бы по общей специфике публикации.

Социальные медиа это, по сути социальные сети. Но немного в более широком понимании этого слова, так как представляют собой любую платформу, на которой люди могут обмениваться информацией и общаться. Еще пару лет назад, это действительно были только лишь сети общения, такие как чаты, форумы, блоги и т.д. Но с оценкой социальных медиа с маркетинговой стороны пришли и новые формы их существования.

На данный момент большинство людей активно используют социальные сети для продвижения, общения, продаж и трансляции информации.

Социальные медиа можно классифицировать по следующим особенностям:

- Самостоятельное корректирование опубликованной информации автором
- Интерактивность
- Доступная статистика популярности приложений
- Сохранение и быстрый доступ в базу старых материалов
- Неполный контроль над контентом

Виды социальных медиа

Вариантов социальных медиа сейчас бесчисленное множество, однако все их можно хотя бы примерно разделить по группам и классифицировать.

- Направленные на общение. Это различного рода социальные сети, блоги, сайты отзывов и знакомств, а также приложения и сайты связанные с геокоммуникациями (Tinder, Couchsurfing и т.д.)
- Медиа для совместного редактирования информации. К самым известным, пожалуй, относится Википедия. Ряд разработчиков активно вводит возможность совместного редактирования в приложения, с целью их грамотной работы. Это такие приложения как Яндекс.Карты, например (внутри

этого приложения можно указать происшествия и события в городе и остальные пользователи будут видеть вашу редактуру у себя на картах)

- Мультимедийные социальные медиа. Это порталы, на которых возможен обмен и комментирование мультимедийными файлами. Чаще всего это хостинги, на которых хранится информация с возможностью комментирования и редактирования.

Немудрено, что, видя такое многообразие и развитие социальных медиа, возникает идея использовать их в целях продаж или продвижения.

Мониторинг социальных медиа

Для того чтобы отследить продвижение вашего бренда, оценить успешность вашей страницы и посмотреть активность пользователей, связанную с вашим продуктом вне ваших информационных площадок, существует мониторинг.

Мониторинг – это подборка пользователей и их текстов, найденных на основе тематических критериев отбора. Мониторинг необходим для оценки вашего сайта или страницы и определении его целевой аудитории. Он поможет понять вам, насколько актуальна выбранная вами тематика, процентное соотношение людей, которые заинтересованы в вашем контенте, а также определить какое количество новых пользователей в сутки вы сможете привлекать.

Существует два вида мониторинга:

1. Ручной мониторинг. Мониторинг, который производится вами лично или вашими сотрудниками, и дает детальную подборку пользователей. Этот способ хорош, когда у вас есть очень специфические критерии для отбора пользователей и их интересов. Способ крайне затратный и длительный, зато его тщательность не в пример точнее, чем у автоматизированного способа.
2. Автоматический мониторинг. Сложнее чем ручной мониторинг. Производится за счет пользователя, который знает языки поисковых запросов и имеет четкие представления, какую именно аудиторию он исследует.

Автоматический мониторинг производится с помощью сервисов. Самые популярные это:

- Hootsuite. Наиболее полезные и многофункциональный сервис, для людей с большим количеством аккаунтов. Несмотря на то что изначально написан под Twitter, вполне пригоден для работы с Facebook, LinkedIn и другими

- YouScan. Система направленная на работу именно с русскоязычными порталами. Отслеживает упоминание вашего товара или названия вашего сайта во всех русскоязычных социальных медиа(блогах, форумах, соцсетях) Сервис удобен за счет широкого охвата.
- BuzzLook. Система позволяет отслеживать репутацию вашего бренда, его продвижение в социальных медиа и общий интерес у пользователей к нему.

Используя данные способы, вы получите полную статистику необходимую для маркетинга в социальных медиа.

Источники:

<https://semantica.in/blog/soczialnye-media-ikh-vidy-i-pravila-raboty-s-nimi.html>

<https://habr.com/ru/post/30851/>

<https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-set-kak-novyy-vid-smi-v-sovremennom-informatsionnom-prostranstve>