

Министерство образования Республики Беларусь  
Полоцкий государственный университет

**УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ:  
МЕЖДУНАРОДНЫЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ**

Электронный сборник статей  
III Международной научно-практической online-конференции

(Новополоцк, 18–19 апреля 2019 г.)

Новополоцк  
Полоцкий государственный университет  
2019

**Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты**  
[Электронный ресурс] : электронный сборник статей III Международной научно-практической online-конференции, Новополоцк, 18–19 апреля 2019 г. / Полоцкий государственный университет. – Новополоцк, 2019. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

Впервые материалы конференции «Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты» были изданы в 2012 году (печатное издание).

Рассмотрены демографические и миграционные процессы в контексте устойчивого развития экономики; обозначены теоретические основы, практические аспекты управления человеческими ресурсами; выявлены и систематизированы драйверы инклюзивного экономического роста в Беларуси и за рубежом; раскрыты актуальные финансовые и экономические аспекты развития отраслей; приведены актуальные проблемы и тенденции развития логистики на современном этапе; отражены современные тенденции совершенствования финансово-кредитного механизма; освещены актуальные проблемы учета, анализа, аудита в контексте устойчивого развития национальных и зарубежных экономических систем; представлены новейшие научные исследования различных аспектов функционирования современных коммуникативных технологий.

Для научных работников, докторантов, аспирантов, действующих практиков и студентов учреждений высшего образования, изучающих экономические дисциплины.

*Сборник включен в Государственный регистр информационного ресурса. Регистрационное свидетельство № 3061815625 от 23.05.2018.*

Компьютерный дизайн обложки М. С. Мухоморовой.  
Технический редактор Т. А. Дарьянова, О. П. Михайлова.  
Компьютерная верстка И. Н. Чапкевич.

211440, ул. Блохина, 29, г. Новополоцк, Беларусь  
тел. 8 (0214) 53 05 72, e-mail: a.lavrinenko@psu.by

## ПРОДВИЖЕНИЕ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Т.Д. Пушкова,

Е.Н. Шеробурко, ст. преп.

Белорусско-Российский университет, Могилёв

Социальные сети в настоящее время занимают большую часть свободного времени любого человека, независимо от его пола, возраста и социального статуса. Кто-то использует их для развлечения, кто-то – для общения, а кто-то использует социальные сети как инструмент развития своего бизнеса.

Широкое распространение социальные сети получили в 1995 году, когда стал популярен сайт Classmates.com. Данный проект получился настолько успешным, что в течение нескольких лет появились десятки аналогов данного сайта. Позже, в 2004-2005 годах появились такие социальные сети, как LinkedIn, MySpace и Facebook. В русскоязычных странах социальные сети распространились в 2006 году с появлением таких сайтов как «ВКонтакте», «Одноклассники».

Социальные сети являются отличной площадкой для рекламы, поскольку пользователи охотно оставляют на страницах свои личные данные, такие как пол, возраст, день рождения, место проживания, увлечения, а также данные о близких друзьях и родственниках. Исходя из этих данных, нетрудно найти потенциального клиента и предложить ему продукт, который, скорее всего его заинтересует. Такая реклама получила название «таргетированная реклама» (от английского слова «target» – цель).

Ещё одно эффективное средство привлечения клиентов – создание сообществ и публичных страниц в социальных сетях. [1]

Для того, чтобы профиль торгового предприятия в социальной сети работал эффективно, необходимо создать оригинальное и удобное для пользователя оформление. В настоящее время существует множество курсов, обучающих этому искусству.

Следует наполнять страницу предприятия таким контентом, который будет интересен потенциальным клиентам: это могут быть обучающие видео, «лайфхаки», новости по теме организации, интересные целевой аудитории. Также необходимо рассказывать об организации, о её достижениях и участиях в мероприятиях, выставках. Нужно помнить, что записи в социальных сетях следует публиковать часто, чтобы постоянно напоминать о себе потенциальному клиенту, но не более двух-трёх записей в день, так как обилие подобных записей в новостной ленте пользователя будет раздражать его.

Ещё один важный аспект продвижения торгового предприятия в социальных сетях – обратная связь. Обратная связь способствует тому, что записи сообщества становятся видны не только его подписчикам, но и друзьям подписчиков. Для того, чтобы запись получила обратную связь, недостаточно того, что она будет интересной и информативной. Существует множество советов по поводу того, как собрать больше отметок «Мне нравится» и «Рассказать друзьям»: рассказывать жизненные истории, пи-

Р010tsksU  
сать о чем-то необычном, о чем-то наболевшем для подписчиков, вдохновлять подписчиков. [2]

Также необходимо учитывать время публикации записей, чтобы запись не осталась незамеченной. К примеру, бессмысленно публиковать запись в 2 часа ночи, так как она появится в ленте новостей тогда, когда её никто не просматривает. По статистике, самое удачное время для публикации – около 9-10 часов утра, когда люди едут на работу, либо приходят на работу и в попытках проснуться и взбодриться открывают социальные сети.

При составлении записи в социальной сети нужно помнить, что среди обилия информации в 21 веке люди выбирают лишь самую интересную. Таким образом, необходимо привлечь пользователя изображением, броским заголовком и подзаголовком. К примеру, запись с заголовком «ПРОЯВИ СЕБЯ с новой коллекцией одежды» будет гораздо привлекательнее записи с текстом «Внимание! У нашей фирмы вышла новая коллекция одежды». Информация должна быть структурирована, она должна быть легка для восприятия.

Таким образом, социальные сети являются мощным инструментом продвижения предприятия, однако они являются таковым только при умелом пользовании и знании своего клиента, современных тенденций и психологии.

#### Список использованных источников

1. Социальная сеть: [Электронный ресурс]. – URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная\\_сеть](https://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная_сеть) (Дата обращения: 25.03.2019)
2. 10 секретов. Почему мои посты не лайкают?: [Электронный ресурс]. – URL: <https://lpg.tf/10-secrets> (Дата обращения: 25.03.2019)