

Секция «7. Развитие управленческого потенциала в инновационной экономике»

ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ, ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА В МАРКЕТИНГЕ (НА ПРИМЕРЕ БЛОГГИНГА)

Пашатская Т.С.¹, Иванова Е.О.²

1 - Финансовый университет при Правительстве РФ, Факультет менеджмента и маркетинга, 2 - Финансовый университет при Правительстве РФ, Факультет менеджмента и маркетинга, Москва, Россия

E-mail: pashatskaya@gmail.com

Научный руководитель

д. э. н. Стыцук Рита Юрьевна

Каждый день количество людей, ведущих блог, становится все больше и больше. Это не удивительно. Значимость этой сферы растет с каждым днем во всем мире, в том числе и в России.

Блог представляет собой регулярно добавляемые недлинные записи, которые содержат текст, изображения. Отличия блога от традиционного дневника обуславливаются средой: блоги обычно публичны и предполагают сторонних читателей, которые могут вступить в публичную полемику с автором (в комментарии к блогзаписи или своих блогах).[1]

Стоит отметить, что людей ведущих блог, называют блоггерами, а совокупность всех блоггеров в Интернете называют блогосферой.

За последние пятнадцать лет виртуальный мир интернета стал неотъемлемой частью реальной жизни.[2] Сегодня Интернет представляет собой не только источником получения информации, но также и способом ее передачи. Социальные сети открывают большие возможности перед людьми – одной из таких перспектив является блоггинг.

Сетевые дневники стали новым медиа-носителем, которые потихоньку вытесняют традиционные СМИ.

С одной стороны, для блоггеров – это уникальная возможность: благодаря ведению блогов можно создать персональный брендинг, то есть продвижение самого себя. Стать частью мира, в котором ему хочется быть. С другой стороны, для маркетологов блог позволяет раскрутить бренд – мало, кто знает о том, что пост, написанный любимым блоггером, может быть частью рекламы товара. Люди доверяют им сегодня больше, чем телевидению или радио.

Роль блоггинга в общественной жизни настолько возрастает, что Forbes USA[3] опубликовал рейтинг самых влиятельных блоггеров, которые даже влияют на общественную жизнь.

Отличным примером может стать The Blonde Salad - блог сегодня с мировым именем. Его основательница молодая итальянка Кьяра Фераньи, которая занимает значимую позицию в индустрии моды. Ее блог был создан в 2009 году, а сегодня, в 2013 году, она сотрудничает с такими домами мод, как Louis Vuitton, Tods, Burberry, Mango.

Большая часть дизайнеров предпочитают сотрудничать с блоггерами, потому что к мнению этих «модниц» и «модников» прислушиваются, для многих они стали авторитетами, которые диктуют тенденции.

Соответственно, дизайнерам выгодно с ними работать, они являются частью рекламы, через их блог можно показать миру свой товар.

The Blonde Salad ежедневно выставляет посты, в которых она рассказывает последние новости, которые с ней произошли, пишет мнение о товаре, выставляет OOTD (outfit of the day - наряд дня).

Если сравнить первый пост 12/10/2009 [4], тогда, соответственно, она не была популярной, а на этой странице не найти ни одной ссылки, рекламы. А в одном из последних постов 22/11/2013 [5] пост наполнен большим количеством ссылок, то есть рекламы. Так, став популярнее, к не поступили предложения, благодаря которым она может заработать, а рекламодатели могут прорекламирровать свой товар.

Такой способ получается эффективным, потому что основные читатели молодые девушки, увлеченные модой.

Также Кьяра Фераньи опубликовала пост 18 ноября 2013 года [6], где она рассказывает о новой модели Samsung Galaxy Note + Galaxy Gear, выставляя при этом свои фотографии с товаром. Люди, для которых она является «идеалом», захотят приобрести этот товар, они обязательно посмотрят, что это за модель, какие в ней плюсы и минусы. Так как в основном ее читатели – это молодое поколение до 27 лет, а именно они чаще всего меняют телефоны, то Samsung провел отличную маркетинговую политику, которая в последствии приведет к получению прибыли.

Таким образом, сейчас блогосфера сильно развита во всем. Конечно, ее масштабы в России не так велики, но эта сфера продолжает расти.

Литература

- 1 Электронный носитель: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%B3>
- 2 Наталья Курчакова. Формы самопрезентации в блоге. <http://volokhonsky.ru/internet/kurchakova.pdf>
- 3 http://www.forbes.com/2010/02/02/web-celebrities-internet-thought-leaders-25_slide_2.html
- 4 <http://www.theblondesalad.com/2009/10/here-i-am.html>
- 5 <http://www.theblondesalad.com/2013/11/clinton-st.html>
- 6 <http://www.theblondesalad.com/2013/11/on-melrose-with-samsung-galaxy-gear.htm>