

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Имени М.
В.
Ломоносова

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра
новых медиа и теории коммуникации

Работа на тему:

**Особенности формирования персонального бренда в
социальных сетях**

Работу выполнила
Студентка 4 курса ДО 413 гр
Каракина Полина Андреевна

Москва, 2018

Социальные сети в нашей жизни

В настоящее время практически от каждого человека можно услышать такое словосочетание как, социальная сеть. Сам термин был введен в 1954 г. социологом из Манчестерской школы Джеймсом Барнсом.

Мы живем в постоянном потоке информации, получаем ее из самых различных источников. Но неофициальную информацию получаем чаще всего от своих знакомых. Именно эта информация вызывает наибольшее доверие.

И именно поэтому социальные сети так важны: они - отличный канал для распространения этой самой неофициальной информации. Ведь проще всего написать другу в мессенджере и получить ответ спустя пару минут, нежели ждать встречи или звонить (разговаривать далеко не всегда удобно).

В наши дни почти все люди состоят в тех или иных социальных сетях, от взрослых до детей.

Причины использования социальных сетей зрелыми людьми могут быть разными, но они предельно ясны: личная выгода, управление подчиненными, обмен данными, простое общение.

С молодыми людьми все еще интереснее. Не стоит забывать, что социальные сети с их свободой и открытостью - это хорошая возможность самореализоваться и завоевать уважение.

Например, молодые люди снимают свои собственные видео, фотографии и выкладывают их на всеобщее обсуждение. Новые музыкальные группы рассылают свои песни друзьям, просят рассказать о них. Этим самым они реализуют свою потребность в уважении, они завоевывают его при помощи социальных сетей. Помимо удовлетворения своих потребностей по пирамиде Маслоу, так же используют социальные сети в качестве источника для развлечений.

Социальные сети – это быстрый и удобный способ связи между людьми.

Но они не ограничиваются коммуникацией. Кроме того, они дают колоссальную возможность распространять информацию, хранить мультимедийные файлы и размещать рекламу.

В книге “Информационная эпоха: экономика, общество и культура” Мануэл Кастельс пытается ответить на вопрос – как люди зарабатывают на социальных сетях? Обычно в масштабных социальных сетях регистрация бесплатная, ресурсы и доступ к информации тоже. На чем тогда зарабатывают создатели? Это все реклама. Раскрутка товара на ресурсе, где больше 10 миллионов пользователей очень эффективна. Обычно реклама располагается сбоку, появляется в виде всплывающих окон, либо в виде баннеров

вверху или внизу экрана. Обычно эти окна очень яркие и привлекательные, и большое количество пользователей проходит по их ссылкам и впоследствии покупает товар. Человек, который проводит время в социальных сетях, по определению более лоялен. Ведь чаще всего он зашел ради общения или отдыха и готов воспринимать рекламное сообщение.

Производители товаров получают большой доход связи с этим, и платят долю от этого дохода разработчикам социальных сетей. Но как получить доход из социальных сетей, если вы – не ее основатель?

Построение личного бренда в социальных сетях.

Не сказать, что самый простой, на самый эффективный метод получения дохода из социальных сетей – создание личного бренда. Личный бренд может стать мощным преимуществом, которое повысит узнаваемость и лояльность целевой аудитории. При этом необязательно быть знаменитым артистом, политиком или бизнесменом, чтобы построить личный бренд. Сейчас каждый может стать блогером, т.е. человеком, который на своей странице делится полезной информацией, общается с подписчиками.

По тематической направленности блоги подразделяются на политические; образовательные; музыкальные; бытовые; спортивные и т.д. По характеру мультимедиа выделяют текстовые блоги, видеоблоги, фотоблоги, подкасты и другие блоги.

Классификация блогов по видам мультимедиа

Название	Основное содержание
Текстовый блог	Основным средством передачи информации выступает текст
Видеоблог	В подобных ресурсах блогер передаёт информацию через видеозаписи
Музыкальный блог	Состоит из музыкальных видеофайлов и аудиофайлов
Подкаст	Создание и распространение аудио и видеофайлов немusыкального характера
Артблог	Предметами обсуждения в таких блогах являются картины и рисунки
Фотоблог	Основную часть контента составляют фотографии, публикуемые автором
Микроблог	В основе лежат небольшие сообщения и заметки с возможностью комментирования

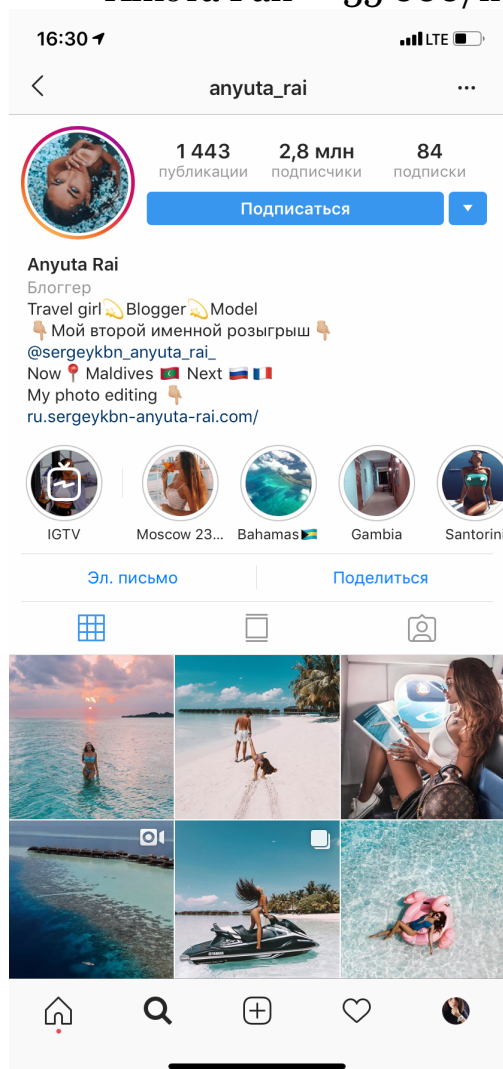
Относительно других маркетинговых инструментов блоггинг является выгодным инструментом для продвижения товаров. Пользователи относятся более лояльно к рекламному сообщению, заключенному в блоге. В силу своей специфики, чтобы эффективно использовать блоггинг в маркетинговых целях, нужно делать упор на

креатив. Как итог, блоггинг представляет собой менее агрессивное средство продвижения, чем контекстная реклама и рассылки. А эффективность чаще всего выше, чем у других инструментов. Почему так? Аудитория блогеров лояльна. Блогеры в доступной форме дают свою оценку какому-либо товару или услуге, пробуют это на себе и «честно делятся» с аудиторией. К личности всегда доверия больше. В силу того, что основной средой блоггинга является интернет, блогеры вынуждены публиковать контент, представляющий большой интерес для пользователей глобальной сети.

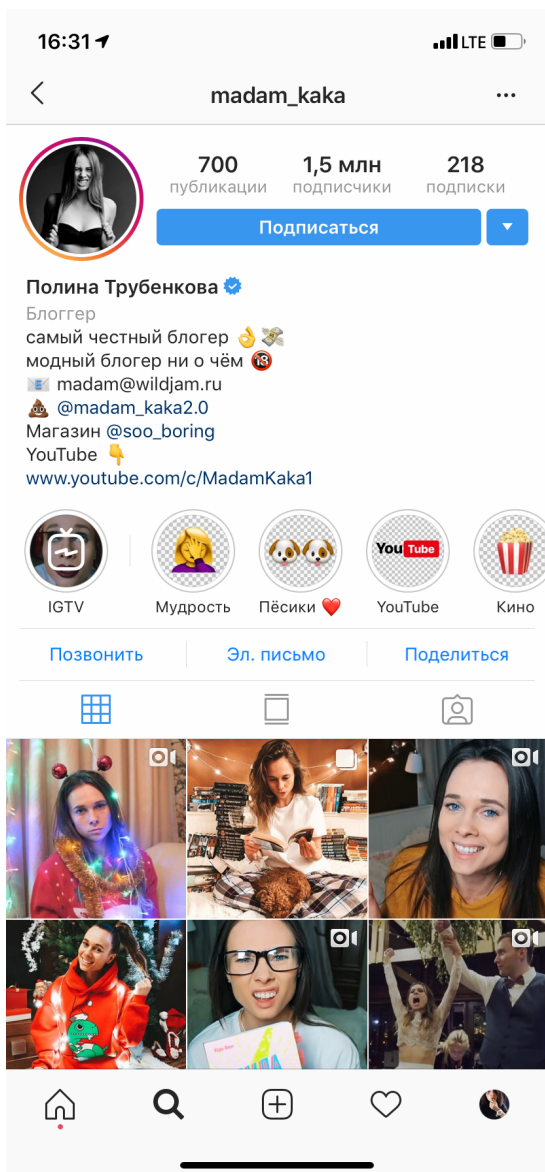
Блогер в свою очередь получает материальную выгоду от размещения у себя на странице.

Стоимость рекламы в Инстаграм у блогеров 2018 году на примере аккаунтов столичных блогеров:

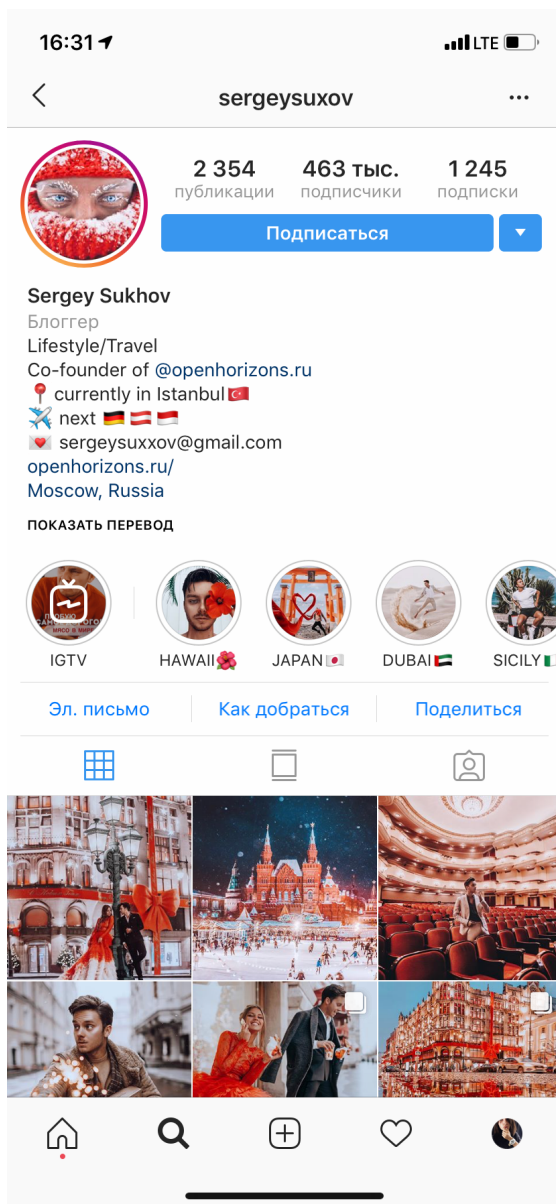
- Аня Рэй — 35 000/пост.



- Полина Трубенкова — 13 000-20 000.



- Сергей Сухов – 40 000/пост



Расценки youtube-блогеров в разы выше. Ниже в таблице собраны актуальные расценки топовых блогеров.



РИАБ | 2018

САМЫЙ ДОРОГОЙ БЛОГЕР. I КВАРТАЛ 2018

■ Стоимость 1 поста YouTube ■ Рейтинг в списке самых богатых блогеров (исследование - самый богатый блогер)

1		1,200,000	4
2		800,000	3
3		700,000	9
4		700,000	2
5		600,000	5
6		550,000	10
7		500,000	8
8		500,000	11
9		400,000	7
10		350,000	1
11		350,000	13
12		310,000	12
13		250,000	17
14		250,000	6
15		150,000	18

riabloggers.ru

Как мы видим, материальная сторона блогерства сильно развита, и блогинг – это высокооплачиваемая профессия. Кроме того, это отличный способ самореализации и возможность озвучить свое мнение на широкую аудиторию.

Как же построить свой личный бренд в социальных сетях?

1. Позиционирование.

Самое главное, с чего стоит начать: правильно определить позиционирование. Как вас должна видеть аудитория? Кто вы и о чем можете рассказать? Эти моменты самые важные, только отталкиваясь от них можно понять, в каком направлении верно двигаться.

2. Исследование рынка

Для внедрения нового продукта всегда важно понимать ситуацию на рынке. В ситуации с блогингом работает та же схема. Кто ваша целевая аудитория? Кто ваши конкуренты? Ответы на эти вопросы важно дать еще до начала работы.

3. Разработка концепции блога

Разобравшись с тем, кто ваша ЦА, переходите к следующему пункту – концепция блога. Чем ваш будет отличаться от тысяч других? Почему аудитория должна стать вашим подписчиком? Что конкретный блогер может дать своим подписчикам?

4. Оформление

Как говорится, встречают по одежке... Визуальная часть блога – одна из важнейших. Это ваше «лицо» в социальной сети. Визуальная часть состоит из оформления фото и текстов. Помните, что каждое фото должно быть авторским, качественным и перекликаться с темой поста. Текст – понятный аудитории, грамотный, оформленный так, чтобы его было удобно читать.

И еще один немаловажный факт: учитесь на чужих ошибках.

Смотрите другие страницы, и не только то, что получается круто, но и то, что вы точно не хотели бы повторить.

5. Постоянство

Блогинг – это работа! Поэтому не забывайте о постоянном обновлении контента. Ежедневный постинг – это оптимальный вариант. Важно на постоянной основе появляться в ленте своих подписчиков.

6. Поддержка качества

Постоянный постинг не должен быть в ущерб качеству. Самое важное: чтобы каждый пост был интересен подписчикам и составлен качественно. Ведь это ваша репутация как медийной личности.

7. Работа с негативом

Если вы выстраиваете свой бренд в сети, становитесь популярным, значит, негатив будет, и иногда от самых неожиданных людей. Причем речь не о критике, а о желании самоутвердиться за ваш счет, «слить» свою злость, зависть, высказать свое «единственно правильное» мнение.

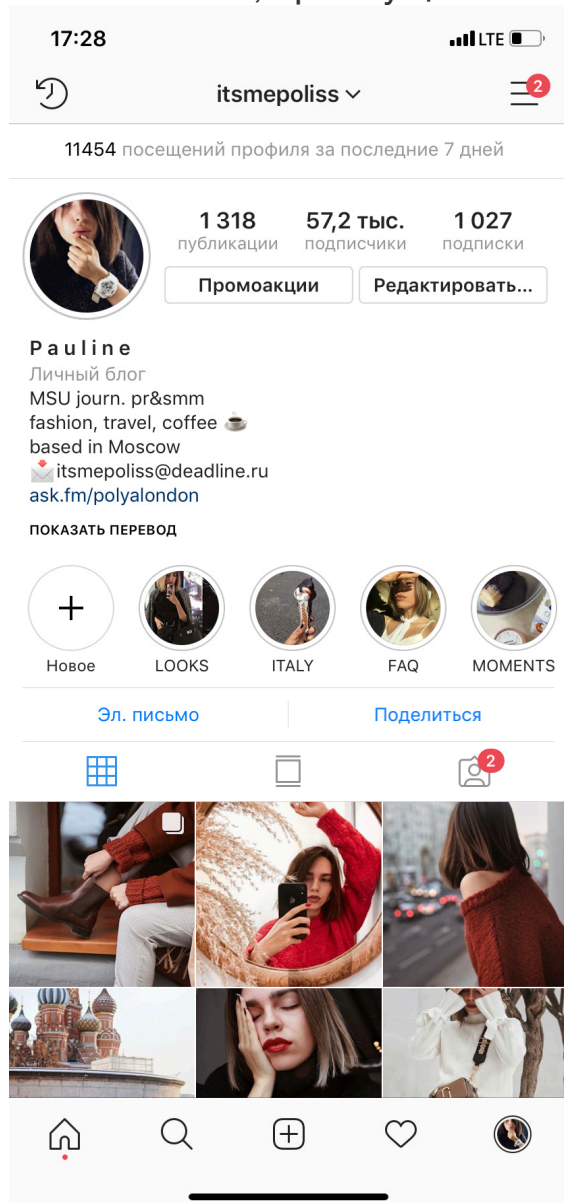
Не отвечать на такие (как и на любые другие комментарии) нельзя — это этикет. Но как реагировать? Тут опять же многое зависит от того, что вы несете в мир. Если вы изначально заняли позицию, условно: «баба яга против», то с вероятностью 90%, споры, распри лишь поднимут рейтинг и добавят остроты. А вот когда несущие в мир «свет и добро» блогеры начинают грубить в комментариях, агрессивно доказывая свою точку зрения (единственно верную опять же), это как-то не в стратегии и не вяжется со «всеобщим принятием».

Кейс. Построение личного бренда на примере моей страницы в Instagram

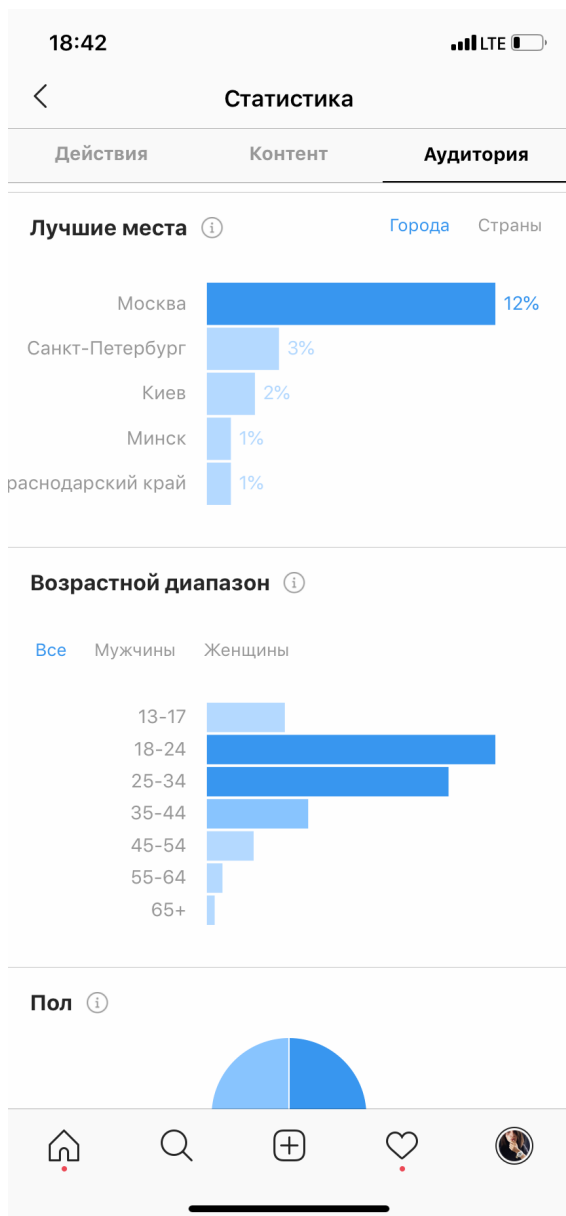
Я расскажу о построении личного бренда в социальной сети на примере своей страницы в Instagram.

На данный момент у страницы 57,2 тыс подписчиков

Целевая аудитория: 18-24, женщины, которые следят за собой, за своим стилем, преимущественно Москва и Санкт-Петербург



Аудитория страницы:



Позиционирование страницы

Страница сочетает в себе 2 темы: fashion и lifestyle.

Показываю стильные образы, рассказываю о вещах, но не ставлю своей целью максимальную информативность. Упор идет на визуальный контент. Я намеренно даю нечасто информационные посты. Цель: привлечь аудиторию, которая устала от длинных и информативных текстов, дать ей возможность отдохнуть, полюбоваться качественной картинкой, вдохновиться. Изначально я позиционировала себя как отстраненного и достаточно холодного блогера, в чем была ошибка – социальная сеть идет именно к сближению блогера и подписчиков, поэтому особенно важно поддерживать связь с фолловерами, задавать вопросы, отвечать на комментарии.

Также показываю свою жизнь, рассказываю о самых интересных местах столицы, выкладываю снимки из путешествий, изображая в

ЭТОМ КОНТЕКСТЕ СТИЛЬ.



Контент

Как было сказано чуть ранее, упор идет именно на визуальный контент. Весь контент страницы авторский, уникальный. Для фото используется фотоаппарат Canon 5D Mark 3. Иногда сотрудничаю с фотографами на условиях ТФП.

18:40



Фото



itsmepoliss
Moscow, Russia



[Посмотреть Статистику](#)

[Promote](#)



Нравится **botvinjeva** и еще 3 514

itsmepoliss worse than nicotine.//





Методы продвижения, использованные для данной страницы

Следует отметить, что страница активно развивается на протяжении 3,5 лет. Никогда не были использованы черные методы продвижения (накрутка), и в основном используются бесплатные методы продвижения. Особенность личного бренда состоит в ограниченности рекламного бюджета и полной ответственности за результат.

Для развития были использованы следующие методы:

1. SFS. Конкурс, « shout for shout». Механика проста: блогер предлагает своим подписчикам разместить его фото у себя в профиле. После этого он выбирает наиболее понравившиеся аккаунты и выставляет у себя на странице, тем самым делая бесплатный пиар. На первых порах продвижение сводилось к

участию в таких конкурсах у других, более крупных блогеров, затем начала проводить SFS сама. Приход от такого конкурса составляет от 50 до 500 подписчиков, в зависимости от уровня блогера.

2. Проведение совместных конкурсов с другими блогерами. Такой конкурс удобно проводить, когда уже есть определенная аудитория – в таком случае не требуется покупка спонсорского места.
3. Реклама у других блогеров. В среднем реклама в сторис у блогера с 100 к стоит 2000-5000 руб. Включает в себя: видеоподводка и 2-3 макета с тезисами о профиле. Приход: в зависимости от лояльности блогера. Бывают случаи нулевого прихода, бывает по 200-500 чел.
4. Внимательный подход к контенту и ежедневный постинг фото.
5. Постинг сторис ежедневно не менее 3 шт для поддержания активности
6. Участие в спецпроектах известных брендов с отметкой на их странице.
7. Взаимодействие с блогерским агентством Deadline, которое берет на себя организацию сотрудничеств и ответы на входящие запросы от брендов, касательно совместной работы.
8. Таргетированная реклама использовалась редко ввиду своей высокой стоимости в сравнении с публикациями у блогеров. В планах на будущее более плотное использование данного метода продвижения.



Маркетинговая цель проекта

На данный момент я ставлю своей ближайшей целью достижения 100 тысяч подписчиков, увеличение количества активных пользователей в аккаунте, повышение узнаваемости и лояльности аудитории, расширение дружественных брендов и возможности коллабораций. Более настойчивый выход на международный уровень, так как это было изначальной целью проекта, которая на данный момент сместилась в сторону – был взят вектор движения в сторону русскоязычной аудитории.

Результаты

В качестве результатов проделанной работы я могу назвать

узнаваемость среди аудитории Instagram, а также сотрудничества с международными брендами.

Наиболее ярко могу выделить:

1. Амбассадор Pull&Bear. Сотрудничество на постоянной основе с этим брендом началось в апреле 2018 и продолжается до сих пор. Было опубликовано 7 постов в аккаунте и stories. В свою очередь бренд предоставляет ежемесячно образ на мой выбор + подарочную карту на закупку в одном из магазинов Pull&Bear в размере 100 евро.
2. Постоянное сотрудничество с косметическим брендом Urban Decay. В обмен на пост бренд предоставляет все свои новинки и продукты по моему запросу.
3. Сотрудничество с Bershka в рамках новогоднего проекта компании
4. Сотрудничество с H&M Studio
5. Сотрудничество с такими брендами как YSL, Armani, Nina Ricci, Maison Margela, Nestle, Coca Cola, Radisson Hotels, Cop Copine и многими другими.
6. Личные приглашения на закрытые мероприятия известных брендов.
7. Участие в спецпроекте от Urban Decay, результат – мои фото в магазинах бренда.
8. Участие в спецпроектах от Marie Claire с публикацией в журнале; публикации в Numero Russia и Elle girl



itsmepoliss
Burgas Province



[Посмотреть Статистику](#)

[Promote](#)



Нравится botvinjeva и еще 1 287

itsmepoliss uniformed for the sun.// @pullandbear
#pullandbearcommunity



itsmepoliss
Moscow, Russia



[Посмотреть Статистику](#)

[Promote](#)



Нравится botvinjeva и еще 1 308

itsmepoliss basically I'm a #udrussia addict. today trying
the new All Nighter Spray by @urbandecaycosmetics. it



Заключение

Социальные сети играют крайне важную роль в нашей жизни. Они перестали быть только способом общения – сегодня соц. Сети дают широкие возможности для самореализации, выгрузке разного контента, а также рекламе и формированию собственного бренда.

Личный бренд особенно важен, так как аудитории гораздо комфортнее взаимодействовать с человеком и получать информацию от него, а не от бездушной новостной ленты.

Взгляд на себя через призму бренда – отличный способ «продажи» своей личной страницы и получения дохода от того, что действительно нравится.

Источники

1. Instagram.com
2. Мануэл Кастельс “Информационная эпоха: экономика, общество и культура”
3. Чернова А.Д., Ким Р.Н. Блоггинг как инструмент внутренней коммуникации компании
4. Ларри Линн «Личный бренд. Позаботьтесь о вашей репутации прежде, чем это сделают другие»,
5. <http://business-poisk.com/blogging.html>
6. riabloggers.ru