

## LOGISTICS BASICS OF ORDER MANAGEMENT

© 2020 Kirillova Larisa Konstantinovna  
Associate Professor of the Department of Marketing, logistics and advertising  
Samara State University of Economics  
E-mail: kirillova.sseu.@ mail.ru

**Keywords:** logistics, logistics principles, order management, logistics costs, total logistics costs.

The article considers the conceptual features of logistics and criteria for making managerial decisions. The role of order management in ensuring the continuous operation of the organization is shown. The stages of the order management process for planning the system of interaction with customers are reflected.

УДК 338  
Код РИНЦ 06.00.00

## НАИБОЛЕЕ ПОДХОДЯЩИЕ МЕДИА-ПЛАТФОРМЫ ДЛЯ ВИРУСНОГО МАРКЕТИНГА В 2020 ГОДУ

© 2020 Кузнецова Елена Вячеславовна\*  
студент  
Самарский государственный экономический университет  
E-mail: Lenusik271099@gmail.com

**Ключевые слова:** маркетинг, реклама, вирусный маркетинг, социальная сеть, медиа-платформы, рекламный бизнес, социальная активность.

Статья посвящена анализу социальных платформ для вирусного маркетинга в 2020 г., способам их использования для продвижения товара или услуги. Особое внимание уделяется таким социальным сетям, как Facebook, Instagram, и вариантам размещения рекламы в них.

Если подумать о средстве продвижении товара или услуги, в котором мы за небольшое времени, с минимальным бюджетом и с максимальной эффективностью сможет реализовать задуманное, то ничто не сравнится с вирусным маркетингом.

Каждый маркетолог старается найти свою нишу в продвижении товара или услуги на рынке, то есть найти свою целевую аудиторию, но как долго эти поиски будут проходить?

Чтобы нанять дополнительного специалиста, например, социолога для исследования населения, нужны дополнительные денежные ресурсы, а также время, и это будет только половина успеха, ведь после того, как аудитория будет найдена, нужно донести до них рекламное послание и заинтересовать. И в данном случае, если мы воспользуемся рекламой в журнале, на радио или телевидение, разместим гигантские билборды на

---

\* Научный руководитель - **Корнилова Анна Дмитриевна**, кандидат экономических наук, доцент.

шоссе, чтобы люди смотрели на них в пробках, с какой вероятностью именно "наш покупатель" наткнется на рекламу.

Поскольку потребители проявляют все большее сопротивление традиционным формам рекламы, таким как телевизионная или газетная, маркетологи обратились к альтернативным стратегиям, в том числе и к вирусной рекламе<sup>1</sup>.

Само слово вирус мы чаще относим к биологической сфере, ведь кто захочет лишней раз беспокоить публику и массово признавать, что они запустили вирусный маркетинг. Чаще всего потребитель дает негативную окраску данному выражению и считает, что его заинтересовали обманным путем. Поэтому одна из основных задач маркетологов не допустить, чтобы реклама была навязана "подставным" лицом.

Вирусный маркетинг или реклама - это тактика ведения рекламной кампании, в которой по средствам социальных сетей распространяется информация о товаре или услуге, косвенно влияя на подсознание целевой аудитории, с целью чтобы данная аудитория передавала полученную информацию дальше. Впервые данный термин появился в книге "Медиа Вирус" 1994 года Дугласа Рушкова. Критик утверждал, что, когда реклама достигает "восприимчивого" адреса, он становится "заражен" и передает вирус другому. Поскольку каждый зараженный пользователь передает эту информацию неограниченному количеству человек, можно утверждать, что вирус распространяется в геометрической прогрессии<sup>2</sup>.

Наиболее важным этапом в проведении вирусного маркетинга является нахождение человека с высокой социальной активностью SNP - Social Networking Potential, а уже после формирование такого вирусного сообщения, которое заинтересует конкретно его и его аудиторию.

Существует 4 общепринятых деления медиа-платформ для показа рекламы:

1. Социальные сети (Facebook, LinkedIn, Google+, WeChat, WhatsApp).
2. Микроблог (Twitter, Tumblr, Livejournal).
3. Обмен фотографиями (Instagram, Snapchat, Pinterest).
4. Обмен видео (YouTube, Facebook Live, Periscope, Vimeo, Tik Tok).

В 2020 году генеральный директор adQuadrant, Warren Jolly - ведущей рекламной фирмы в социальных сетях, ориентированной на привлечение клиентов по всему миру, с помощью многофункциональной системы для работы с данными "Statista" ранжировал по количеству активных учетных записей социальные сети, и провел исследование по самым охватываемым платформам для рекламы. Согласно результатам данного исследования в топ-7 вошли Facebook, YouTube, WhatsApp, Facebook messenger, Instagram, WeChat, и только набирающее популярность приложение Tik Tok<sup>3,4</sup>.

Facebook является наиболее популярной сетью в мире и предоставляет наиболее продвинутый таргетинг, чем любая другая рекламная платформа на земле. Рекламодатели могут ориентироваться на местоположение (в радиусе 8км), описание работы, интересы, прошлую деятельность и многие другие ценные критерии. Согласно обширному исследованию проведенному AdEspresso, средняя стоимость за клик рекламы Facebook по состоянию на 2016 год была около 18 руб., а стоимость за 1000 показов на страничке пользователя составила около 475.руб.. Интересным фактом является то, что стоимость рекламы для женщин дороже, рекламодатели должны заплатить на 4 рубля больше, это объясняется тем, что женщины являются более "восприимчивыми" респондентами, чем

мужчины. Под словом "восприимчивость" мы понимаем лучшую способность передавать информацию, так как, согласно исследованиям, женщина произносит в 2 раза больше слов в день, чем мужчина, а значит шансов что она поделится полученной заинтересовавшей ее рекламой больше<sup>5</sup>.

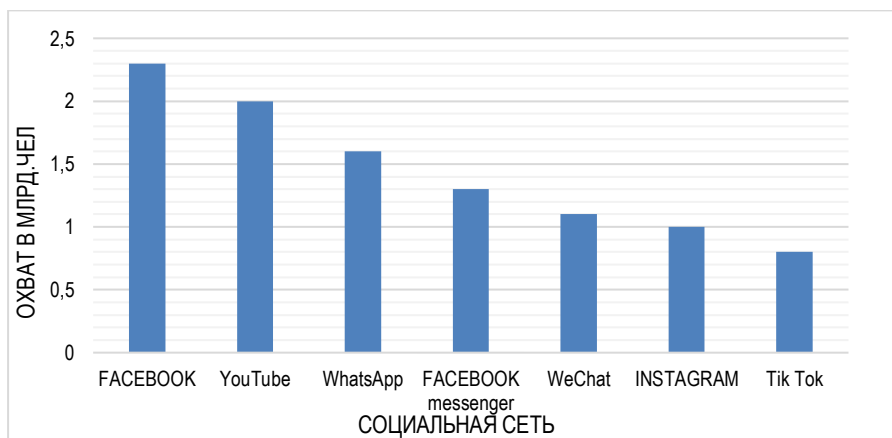


Рис. Самые популярные социальные сети для рекламы по всему миру на январь 2020 г.\*

\* Данные глобального рейтинга социальных сетей на январь 2020 года по данным информационного ресурса Statista<sup>3</sup>.

Существует 4 варианта размещения рекламы:

1. Цена за клик (CPC): вы платите только за свое объявление, когда кто-то нажимает на него.
2. Стоимость за тысячу показов (CPM): вы платите только за свое объявление, когда его видят 1000 человек.
3. Cost-per-like (CPL): вы платите только за свое объявление, когда кому-то нравится ваша бизнес-страница.
4. Cost-per-action (CPA): вы платите только за свое объявление, когда кто-то конвертирует.

Если же говорить о наиболее популярных социальных сетях в странах СНГ и России, то лидирующие позиции остаются за ВКонтакте, YouTube, Instagram, Одноклассники согласно данным Mediascore. У каждой социальной сети своя возрастная аудитория, которую принято делить на промежутки 18-24 лет, 25-34 года и 35-44 года. Обратимся к наиболее визуальной социальной сети - Instagram. Большинство пользователей привлекают яркие изображения, короткие видео, возможность смотреть прямые эфиры, и обмениваться интересными новостями на этой платформе. В результате исследования, опубликованным Forbes: 22 млн активных российских пользователей сети в месяц, из которых около 60% женщины. Пользователь в Instagram может воспользоваться как своей личной страничкой или бизнес-аккаунтом, так и привлечь стороннюю медиа-личность, обладающую большим количеством подписчиков, то есть рекламу на товар или услугу увидит большой охват пользователей. Например, рекламу Victoria's Secret наберет в среднем 2078 лайков

на пост в Facebook, в то время как визуальная реклама 283 030 лайков в Instagram. Не менее важным фактом является то, что на территории России, пользователю Instagram нужно быть зарегистрированным в Facebook, в противном случае он не сможет перевести свою личную страничку на бизнес-аккаунт, а значит не сможет установить рекламу и отслеживать свою целевую аудиторию. Возможно, именно поэтому в сети Facebook такие высокие показатели зарегистрированных пользователей- 2,3 млрд чел.<sup>6</sup>

В данный момент в России маркетологи считают, что именно в Instagram можно продать абсолютно любой товар, начиная от товаров для детей, заканчивая юридическими услугами. При чем и затраты на рекламу, и время ее распространения будут в разы меньше. Платформой могут пользоваться как юридические, так и физические лица, кто только начинает свой бизнес, и кто уже находится на рынке не первый год, профессионалы в сфере рекламного бизнеса и новички. Вирусный маркетинг появился не так давно, но с каждым годом популярность данного подхода только растет. Для потребителей сарафанное радио все больше становится возможностью показать свою осведомленность в мире моды, образования, услуг, бизнеса и других сферах.

---

<sup>1</sup> Leskovec, J., Adamic, L. A., & Huberman, B. A. (2007). The dynamics of Viral marketing. ACM Transactions on the Web (TWEB), 1(1), 5

<sup>2</sup> Энциклопедия маркетинговых коммуникаций [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: <https://www.polylog.ru/help/viral-marketing>, свободный (дата обращения: 1.03.2020)

<sup>3</sup> Статистический портал для сбора рыночных данных, изучение конъюнктуры и рынков Statista [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>, свободный (дата обращения: 1.03.2020)

<sup>4</sup> Цифровое маркетинговое агентство [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: <https://www.webfx.com/how-much-does-social-media-advertising-cost.html> свободный (дата обращения: 1.03.2020)

<sup>5</sup> Экономическая платформа для быстрого развития бизнеса [Электронный ресурс] Режим доступа: URL: <https://www.bigcommerce.com/blog/social-media-advertising/#2>, свободный (дата обращения: 1.03.2020)

<sup>6</sup> Журнал Forbes [Электронный ресурс] Режим доступа URL: <https://www.forbes.ru/tehnologii/343331-issledovanie-auditorii-instagram-servisom-polzuetsya-kazhdyy-desyatyy-v-rossii>, свободный (дата обращения: 1.03.2020)

## THE MOST APPROPRIATE MEDIA PLATFORMS FOR VIRAL MARKETING IN 2020

© 2020 Kuznetsova Elena Vyacheslavovna  
Student  
Samara State University of Economics  
E-mail: Lenusik271099@gmail.com

**Keywords:** Marketing, advertising, viral marketing, social network, media platforms, advertising business, social activity.

The article is devoted to the analysis of social platforms for viral marketing in 2020, ways of using them to promote a product or service. Facebook, Instagram and ad placement options are given special attention to social networks such as Facebook and Instagram.