



ФАКУЛЬТЕТ СОЦИОЛОГИИ

ПОТРЕБЛЕНИЕ В ИНТЕРНЕТЕ: ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, БЛОГИ

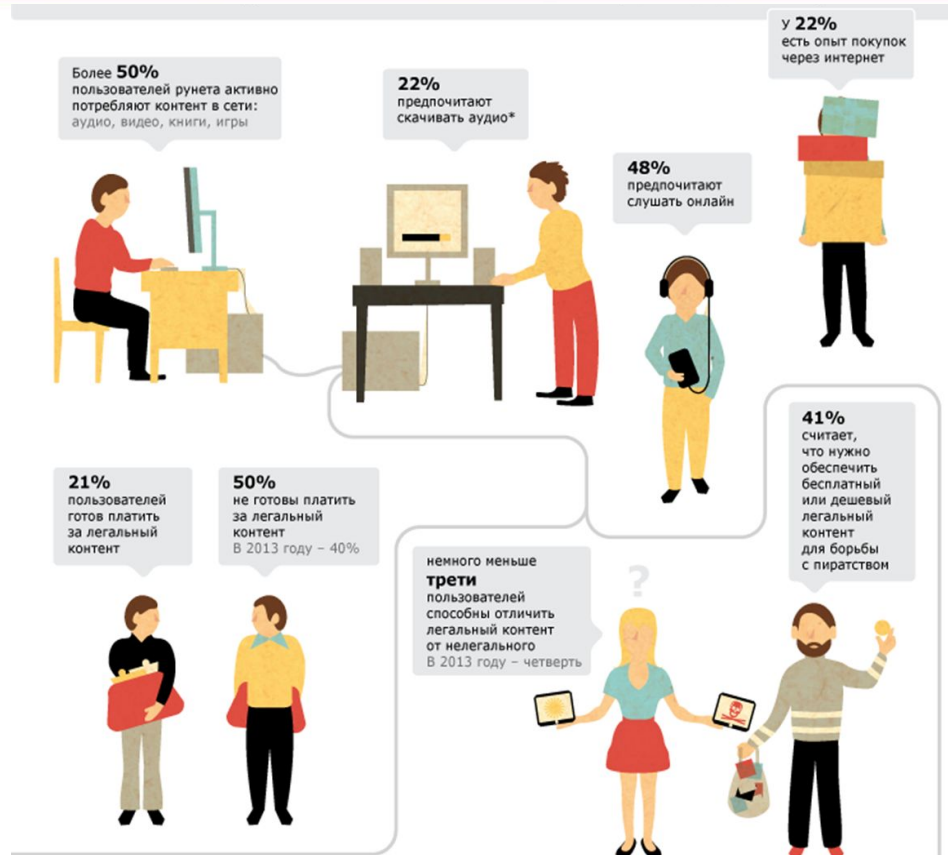
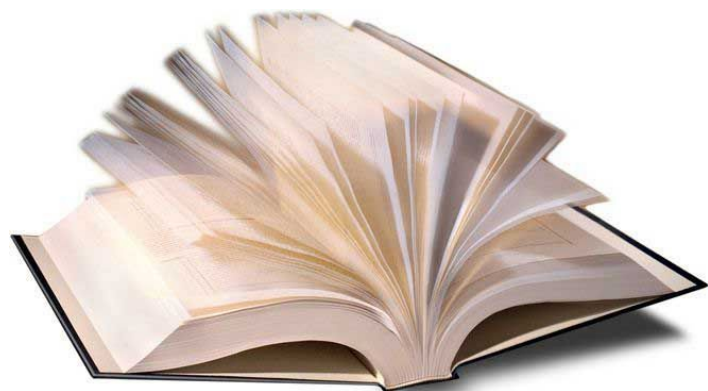
Выполнили:

Дробушевская Диана и
Шестакова Виктория
студентки группы СОЦ-4-2

Активной аудиторией социальных сетей является 44% глобальной интернет-аудитории, которая насчитывает почти 4,2 млрд человек.

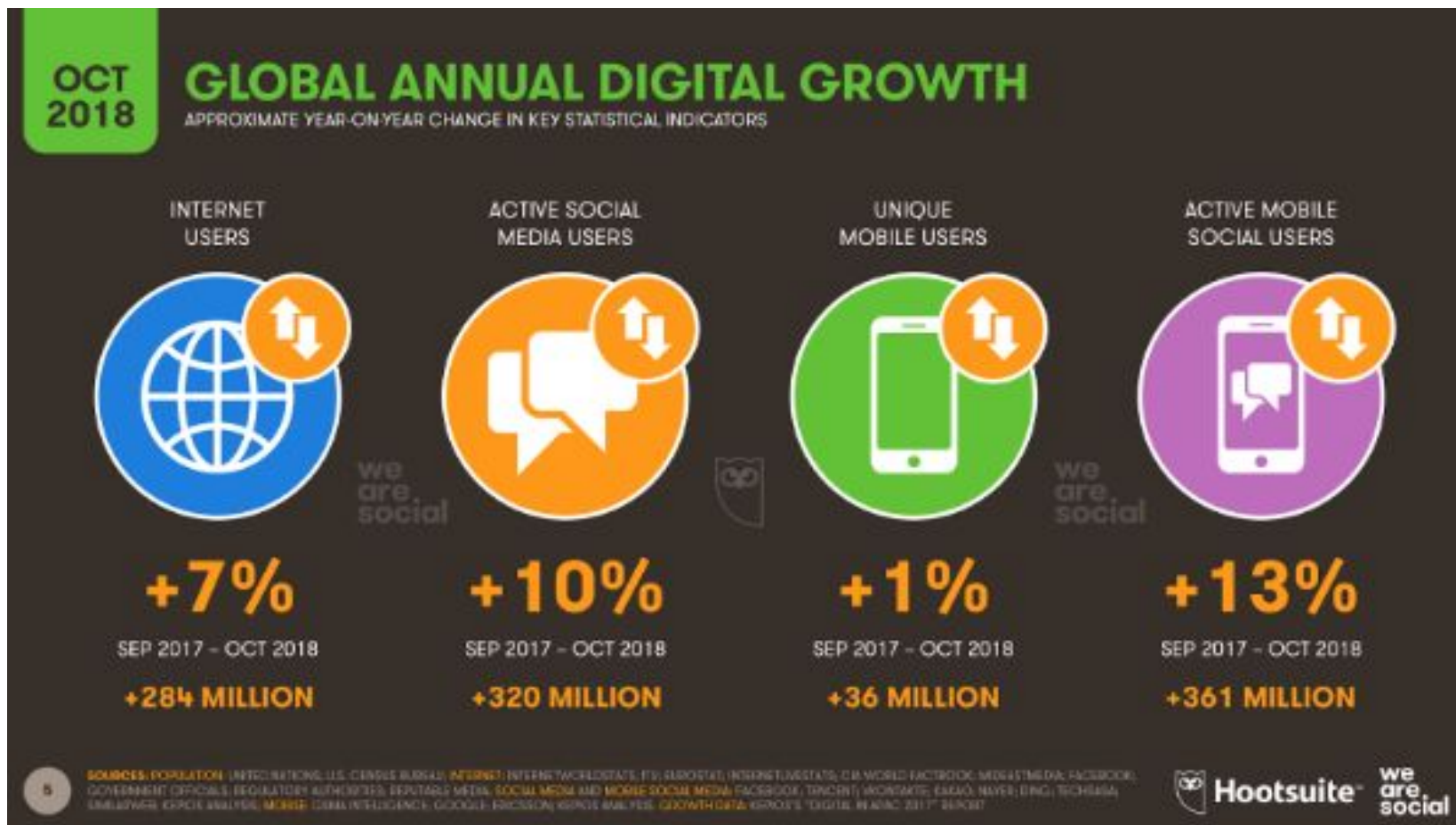


Потребление контента в Интернете



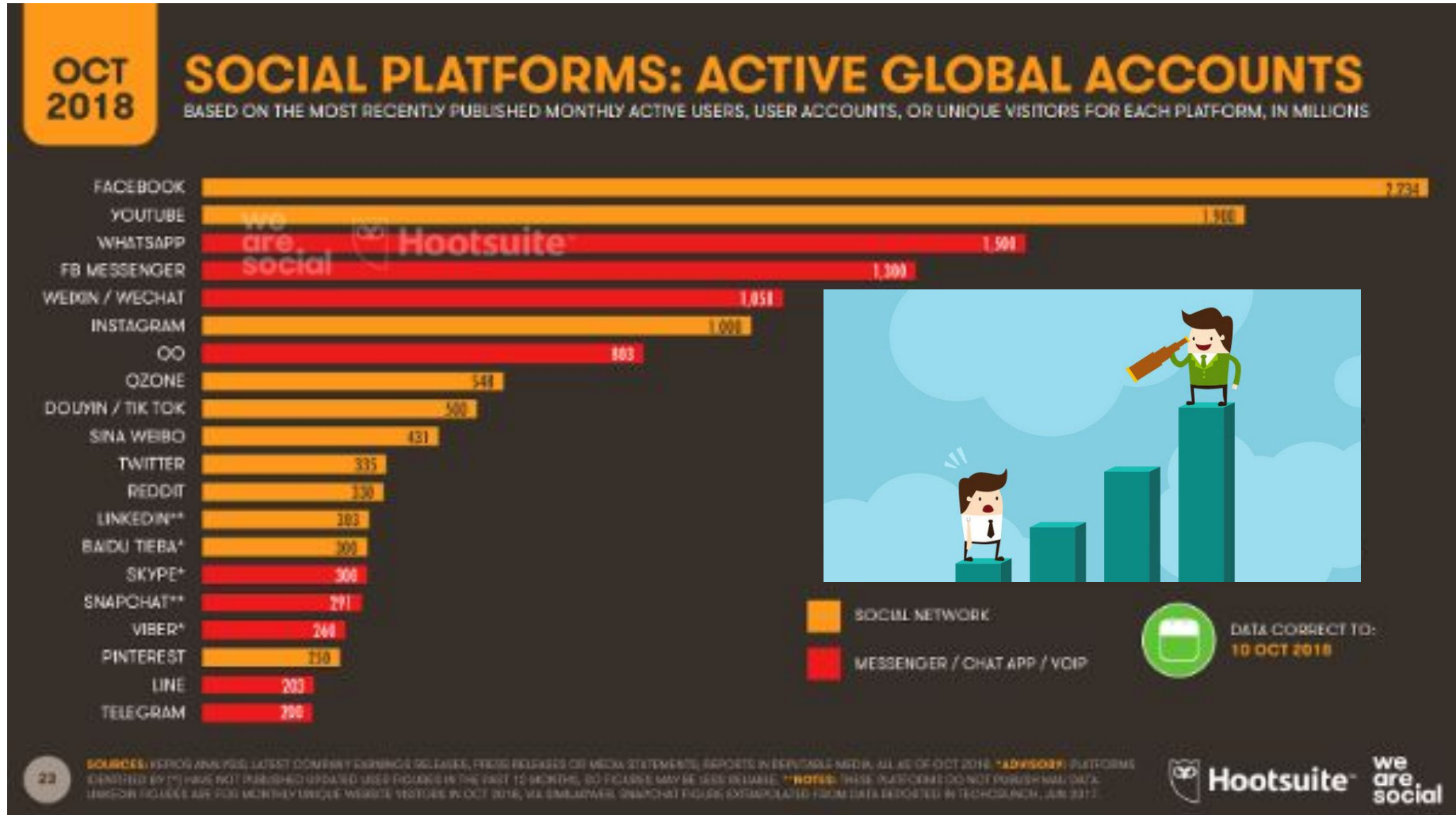
Платный контент доля заплативших		Платформы для покупки	
73% видео	41% игры	57% ПК или ноутбук	29% смартфон
30% книги	н/д аудио	5% планшет	57% смарт-ТВ

Темпы роста пользователей



За год в социальных сетях зарегистрировалось 320 млн пользователей, то есть темпы роста составили 10%.

Рейтинг социальных платформ



Реклама в социальных сетях

- Соцсети не устают запускать новые рекламные форматы, расширять возможности для размещения и совершенствовать настройки.

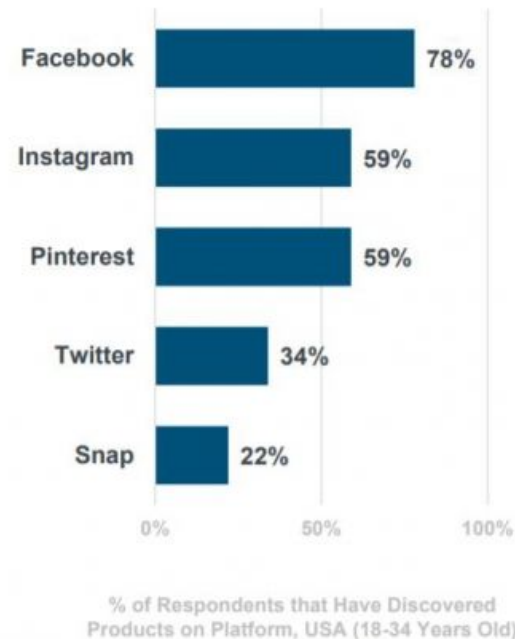


- Брендовые 3D-фильтры с дополненной реальностью в Instagram, реклама в Stories, «стоп-листы» и тестирование заголовков в Facebook, карусель «ВКонтакте».

Движение социальных платформ в сторону e-commerce

Социальные сети стали важным источником знаний о продуктах. Большая часть открытий совершается в Facebook, Instagram и Pinterest, при этом 55% пользователей покупают онлайн — немедленно или после некоторых раздумий.

Social Media Driving Product Discovery...



...Social Media Discovery Driving Purchases



Покупки в социальных сетях

По оценке Data Insight, объем российского рынка социальной коммерции в 2018 году составил 591 млрд рублей. В социальных сетях, мессенджерах, на сайтах объявлений и других платформах было совершено 394 млн сделок.



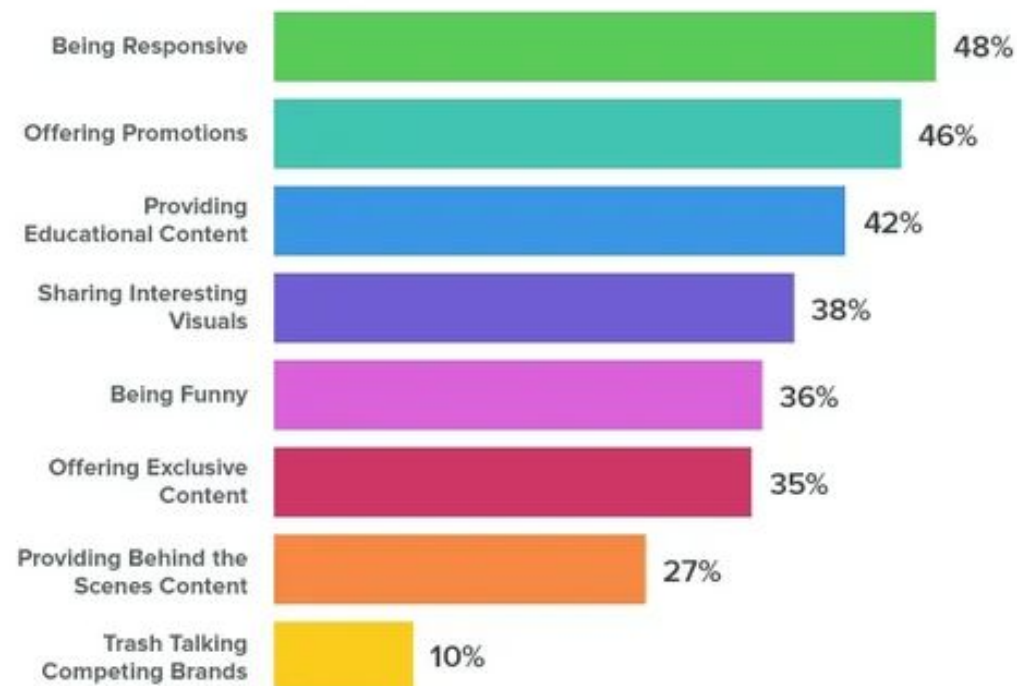
Социальные сети — основной канал продаж у продавцов. Самая популярная у компаний социальная сеть — **ВКонтакте**. Здесь свои услуги и товары предлагают 15% опрошенных. На втором месте — **Instagram** (5,9%), на третьем — **Одноклассники** (3,8%).



Социальные сети все больше используют как платформы для работы с клиентами, где клиенты, существующие и потенциальные, хотят получить ответы на свои вопросы в режиме реального времени.

Brand Actions on Social That Prompt Consumers to Purchase

Q2 2017



Источник информации для потребителей

Социальные сети — главный источник информации для потребителей. Люди в возрасте 16–24 лет предпочитают искать информацию о брендах в соцсетях, а не в поисковиках.

Социальная коммерция может считаться одним из основных каналов получения прибыли.



Основные выводы

- ✓ Через **социальные сети** можно достигать до любой аудитории, независимо от пола, возраста, социального положения и таким образом **найти** своего **покупателя**;
- ✓ Благодаря социальным сетям можно не только **прорекламирровать**, но и **продать** свой продукт. Социальные сети являются основным каналом продаж у продавцов и главным источником информации для потребителей;
- ✓ Через социальные сети продавец осуществляет **онлайн общение** со своими клиентами, что упрощает процесс купли-продажи;
- ✓ Социальная коммерция на сегодняшний день считается одним из основных каналов **получения прибыли**.



Список использованной литературы

1. Потребление контента в интернете [Электронный ресурс]
<https://tass.ru/infographics/8113> (Дата обращения: 13.03.2019)
2. Россияне торгуют в соцсетях на миллиарды рублей. Как развивается социальная коммерция [Электронный ресурс]
<https://tass.ru/ekonomika/5826477> (Дата обращения: 13.03.2019)
3. Социальные сети в 2018 году: глобальное исследование [Электронный ресурс]
<https://www.web-canape.ru/business/socialnye-seti-v-2018-godu-globalnoe-issledovanie/> (Дата обращения: 13.03.2019)
4. Контент, e-commerce, приватность: как соцсети удерживают аудиторию и борются с новыми конкурентами [Электронный ресурс]
<https://www.sostav.ru/publication/sotsseti-2018-internet-v-internete-34970.html> (Дата обращения: 13.03.2019)



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!
