

**Анализ информационных ресурсов для продвижения проекта
«РАЙМАКС»**

*Мурзин Олег Алексеевич
Владивостокский государственный университет
Студент*

*Данилов Николай Николаевич
Владивостокский государственный университет
Студент*

*Поспелов Максим Васильевич
Владивостокский государственный университет
Студент*

Аннотация

Статья анализирует и сравнивает современные, популярные социальные сети и мессенджеры и выявляет для каких целей их можно использовать. Анализируется сайт проекта «РАЙМАКС» на соответствие современным требованиям интернет-магазина, выявляются какие социальные сети и мессенджеры могут использоваться для продвижения проекта.

Ключевые слова: социальные сети, мессенджеры, информационное продвижение, информационные ресурсы

Analysis of information resources to promote the project "RAIMAX"

*Murzin Oleg Alexeyevich
Vladivostok State University
Student*

*Danilov Nikolay Nikolaevich
Vladivostok State University
Student*

*Pospelov Maxim Vasilyevich
Vladivostok State University
Student*

Abstract

The article analyzes and compares modern, popular social networks and instant messengers and identifies for what purposes they can be used. The site of the RAYMAX project is analyzed for compliance with the modern requirements of an

online store, which social networks and instant messengers can be used to promote the project.

Keywords: social networks, instant messengers, information promotion, information resources

Современные информационные технологии развиваются стремительными шагами. Сегодня почти все люди пользуются электронными устройствами, дающим доступ в сеть интернет. Для успешной реализации своего проекта необходимо привлечение пользователей, которое сегодня возможно только при грамотном подборе информационных решений. Использование социальных сетей, мессенджеров и собственных сайтов играет ключевую роль в этой задаче.

Социальные сети и мессенджеры развиваются очень быстро. Добавление новых инструментов, функций, возможностью происходит практически постоянно. Вместе с тем улучшаются уже имеющиеся возможности. В связи с этим необходимо постоянно проводить анализ информационных ресурсов и их сравнение для того, чтобы понимать какие можно использовать и для каких целей и задач.

Новизна обусловлена актуальным анализом и сравнением социальных сетей, мессенджеров, а также анализа сайта проекта «РАЙМАКС», с учётом текущих возможностями информационных ресурсов, а также доступности.

Целью является анализ и сравнение социальных сетей, мессенджеров. Выявление какие ресурсы могут использоваться для каких целей и задач, какие будут использоваться и для каких задач в информационном продвижение проекта «РАЙМАКС».

В рамках исследования выполнены следующие задачи:

- проведен анализ социальных сетей, мессенджеров, сайта проекта «РАЙМАКС»;
- проведено сравнение социальных сетей и мессенджеров;
- определены цели и задачи, в которых могут использоваться социальные сети и мессенджеры.

Использовались такие методы исследования как анализ данных и сравнительный анализ.

Для анализа были составлены таблицы, где в столбцах обозначены объекты анализа, а в строчках критерии анализа. В качестве оценки взята 4-бальная шкала (++ , + , - , --).

В качестве объектов анализа были выбраны популярные социальные сети и мессенджеры. Некоторые из них, а именно «Instagram», «Facebook» и «Twitter», пришлось отсечь на этапе выбора из-за недоступности в Российской Федерации.

Анализ социальных сетей, были выбраны следующие ресурсы:

- «ВКонтакте» - российская социальная сеть. Основной приоритет идёт на личные страницы пользователей, а также сообщества. Имеется

широкий инструменты для размещения фотографий, видео, музыки и документов. Имеются встроенный инструментарий для продажи товара;

– «Одноклассники» - российская социальная сеть. Имеет аналогичный функционал с «ВКонтакте»;

– «Дзен» (бывший «Яндекс.Дзен») - российская социальная сеть. Основной приоритет идёт на каналы, где пользователи размещают статьи и блоги;

– «YouTube» - международный видео хостинг. Основной приоритет идёт на каналы и размещение видео на них. Также имеется возможность публикации постов, а также видео в формате коротких роликов («Shorts»);

– «TikTok» - международная социальная сеть. Основной приоритет идёт на каналы, и размещение на них видео короткого формата.

Для проведения анализа были выбраны следующие критерии:

- инструментарий;
- охват аудитории на пост;
- эффективность рекламы;
- среднее время, проводимое пользователем в сети;
- возможность обхода рекламы;
- качество таргетированной рекламы;
- доступность;
- цена рекламы.

Таблица 1 – Сравнительные анализ социальных сетей

Критерий	ВКонтакте	Одно-классники	TikTok	Дзен	YouTube
Инструментарий	++	++	-	++	++
Совпадение основной и целевой аудитории	+	++	+	++	+
Охват аудитории на пост	+	+	++	++	+
Цена рекламы	+	++	-	++	--
Эффективность рекламы	++	+	+	++	--
Среднее время, проведенное пользователем в сутки	++	+	++	+	+
Возможность обхода рекламы	--	--	++	+	--
Качество таргетированной рекламы	++	+	++	++	--
Доступность	++	++	+	++	++

«ВКонтакте» и «Одноклассники» имеют ряд недостатков с рекламным продвижением и охватом аудитории на пост. Однако они имеют большой инструментарий для создания сообществ и создания постов. Их можно использовать для публикации текстовых постов и новостей. Не смотря на

большую на схожесть, они имеют разную аудиторию, а значит использовать можно оба ресурса, дублируя информацию.

В «YouTube» на данный момент недоступна реклама на территории Российской Федерации, что делает продвижение через данную площадку очень затруднительной, однако рекомендательные алгоритмы всё еще могут продвинуть публикации на данном ресурсе. «YouTube» имеет мощный инструментарий для размещения видео, благодаря чему делает площадку отличной для публикации видео, но не для каких-либо других задач.

«TikTok» на данный момент имеет проблемы с публикацией видео из Российской Федерации, однако данные проблемы разрешимы и не предоставляют больших проблем. Несмотря на малый инструментарий, рекомендательные алгоритмы «TikTok» являются одними из лучших, что позволяет привлекать огромное количество аудитории по тематике публикуемых материалов. Однако единственный формат, представленный на данном ресурсе это короткие видео.

Подводя итог по социальным сетям, можно разделить их на два типа: для публикации текстовых постов и новостей, это «ВКонтакте» и «Одноклассники» и для публикации видео, это «YouTube» и «TikTok». «Дзен» в свою очередь позволяет совмещать оба типа, что делает его лучшим ресурсом для продвижения.

Анализ мессенджеров, были выбраны следующие ресурсы:

- «WhatsApp»;
- «Telegram»;
- «Viber».

Для проведения анализа были выбраны следующие критерии:

- прямая связь с клиентом – насколько удобна прямая связь с клиентом;
- количество аудитории – количество аудитории, пользующиеся мессенджером;
- размещение бота – функционал для создания бота;
- рассылки – функционал для создания рассылки;
- потенциальные клиенты – какое количество аудитории может являться потенциальной аудиторией;
- отправка файлов – функционал по отправке файлов;
- каналы – функционал по созданию каналов;
- группы – функционал по созданию групп;
- перспективы для развития мессенджера;
- удобство интерфейса;
- безопасность.

Таблица 2 – Сравнительный анализ мессенджеров

Критерий	Viber	WhatsApp	Telegram
Прямая связь с клиентом	+	++	+
Количество аудитории	--	++	++

Размещение бота	--	--	++
Рассылки	+	++	+
Потенциальные клиенты	+	++	+
Отправка файлов	+	+	++
Каналы	-	--	++
Группы	++	++	++
Перспективы развития мессенджера	-	++	++
Удобство интерфейса	++	++	++
Безопасность	+	++	++

Проведя сравнение, можно сказать, что Telegram не имеет минусов, а также в отличие от Viber и WhatsApp имеет функционал для создания каналов и ботов, что позволяет использовать Telegram в качестве полноценного информационного ресурса. В свою очередь Viber и WhatsApp подходят только для связи с клиентом и текстовой рассылки. Однако WhatsApp имеет огромное число аудитории, что делает необходимым для использования. Viber следует использовать только если наша целевая аудитория является его пользователями.

Для анализа сайта проекта «РАЙМАКС» были выбраны следующие критерии:

- дизайн сайта;
- категоризация товаров;
- фильтрация товаров;
- адаптивность сайта;
- описание товара;
- картина товара;
- результат выдачи в поисковике;
- дополнительная информация о проекте.

Также было решение провести сравнение с другими сайтами по той же тематике, для сравнения были взяты:

- samotsvet.ru;
- ural-mineral.ru;
- mineralmarket.ru;

Таблица 3 – Сравнительный анализ сайтов

Критерий	raimaxlife.ru	samotsvet.ru	ural-mineral.ru	mineralmarket.ru
Дизайн сайта	--	-	--	--
Категории товара	+	+	++	+
Фильтрация товара	--	++	++	+
Адаптивность сайта	++	+	+	++
Описание товара	--	++	++	+
Картинка товара	--	+	+	++
Результат выдачи в поисковике	--	++	++	+
Дополнительная информация о проекте	-	++	++	++

Сайт проекта «РАЙМАКС» имеет отрицательную оценку почти по всем критериям, что делает его плохо подходящим для использования. Сравнение показывает, что остальные сайты имеют положительные моменты почти по всем критериям, что также делает сайт «РАЙМАКС» неконкурентоспособным и требующим улучшения.

В целях продвижения проекта «РАЙМАКС» могут использоваться следующие социальные сети и мессенджеры:

- «WhatsApp» и «Viber» для общения с клиентами;
- «Telegram» для создания бота, а также создания канала с новостной рассылкой;
- «Дзен» - создание канала для новостной публикации, публикаций обзоров на товар, продвижение товара;
- «ВКонтакте» и «Одноклассники» - создание канала для новостных публикаций и продвижении товара;
- «TikTok» - публикация коротких роликов для продвижения товара.

Был проведен актуальный анализ и сравнение информационных ресурсов, который позволил выявить какие ресурсы и в каких целях можно использовать. А также анализ сайта проекта «РАЙМАКС» и выявлен список информационных ресурсов, которые мы можем использовать для его продвижения.

Библиографический список

1. raimaxlife.ru
2. samotsvet.ru
3. ural-mineral.ru
4. mineralmarket.ru
5. vk.com
6. ok.ru
7. dzen.ru
8. tiktok.com
9. youtube.com
10. telegram.org
11. viber.com
12. whatsapp.com
13. vc.ru/u/234439-crm-group/298130-populyarnye-messendzhery-spisok-rossiyskih-i-mirovyh-servisov-obzor-2021
14. ria.ru/20220418/messendzher-1784065324.html
15. trends.google.com.my/trends
16. wordstat.yandex.ru
17. br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2022/