

Курбан О. В.,
канд. наук із соц. комунік.,
доц. кафедри реклами і зв'язків з громадськістю,
Інститут журналістики
Київського університету імені Бориса Грінченка
(Київ, Україна)
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3937-7441>

Oleksandr Kurban,
Candidate of Sciences on Social Communications,
Associate Professor of the Department of Advertising
and Public Relations, Institute of Journalism
of Borys Grinchenko Kyiv University
(Kyiv, Ukraine)
Email: o.kurban@kubg.edu.ua

УДК 316.6:659.9]:004.7 (043.3)

DOI: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2019.7.4>

ІННОВАЦІЙНІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМНИМИ ТА PR-ПРОЦЕСАМИ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ



INNOVATIVE MANAGEMENT SYSTEMS ADVERTISING AND PR PROCESSES ON THE NETWORK INTERNET

Анотація. Стаття порушує тематику дослідження інформаційно-комунікаційних технологій, які використовують в мережі Інтернет з метою управління рекламними та PR-процесами. Представлено перспективний напрям використання контенту в мережевому просторі, що передбачає застосування технологій автоматизованого управління інформаційних процесів (web 3.0). Названі й охарактеризовані автором інструменти є інноваційними та мають широкий спектр використання для проведення прикладних і теоретико-методологічних досліджень, а також для практики. Зазначені технології дають можливість зменшити матеріальні витрати та вдосконалити якість роботи із контентом, прискорити його розповсюдження.

Описані в статті інструменти мають важливе значення для вдосконалення таких традиційних маркетингових комунікацій, як реклама і PR. Охарактеризовані автором системи – це онлайн-сервіси з широким доступом інтернет-користувачів на безоплатних та платних умовах.

Найпопулярнішими на ринку реклами і PR є такі сервіси: SMM Box, RePublic, NovaPress Publisher, SMM Aero, Kuku.io, Publbox, Postmypost. Ці програми мають зручний інтерфейс і просту систему навігації, що робить їх відкритими навіть для користувачів-початківців.

Ключові слова: соціальні онлайн-мережі, Інтернет, SMM, PR, реклама, маркетингові комунікації, управлінські процеси.

Abstract. The main topic of the article is the research of information and communication technologies which are used in Internet with the purpose of advertising and PR technologies. It presents a promising trend of content use in the network space, which involves the use of web 3.0 technologies (automated management of information processes). The tools defined and characterized by the author are innovative and have a wide range of using for theoretical and methodological research as well as a practice. These technologies make possible reducing of material costs and improvement of the quality of work with content and acceleration of its distribution.

The tools presented are of great importance for improving of such traditional marketing communications as advertising and PR.

The systems characterized by the author are online services with wide access by Internet users for free and for a fee. Among the most popular services, today there are: SMM Box, RePublic, NovaPress Publisher, SMM Aero, Kuku.io, Publbox, Postmypost. These software products have a convenient interface and a simple navigation system, which makes them open even for inexperienced users.

Keywords: social online networks, Internet, SMM, PR, information processes, management processes.

Вступ. Бюджети корпоративних структур, що пов'язані із витратами на інтернет-маркетинг, дедалі динамічно зростають. З кожним роком провідні компанії переводять в онлайн-простір щораз

більше маркетингових завдань. Це дає змогу дешевше та результативніше досягати мети, зокрема у таких напрямках, як реклама та зв'язки з громадськістю. Ще однією перевагою є те, що у фахівців з'являється

© Курбан О. В., 2019

доступ до значно більшої кількості технологічних інструментів, що зумовлює ефективність роботи.

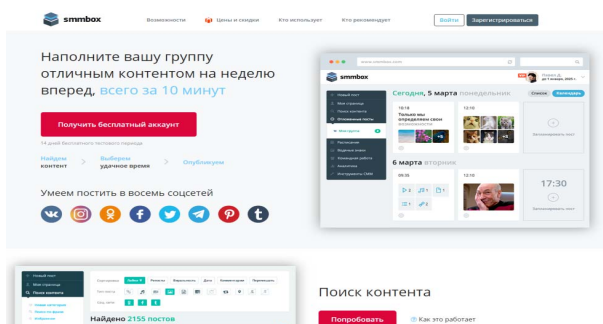
Мета дослідження – назвати й охарактеризувати інноваційні системи управління рекламними та PR-процесами в мережі Інтернет.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети було використано загальнонаукові методи аналізу, синтезу та узагальнення матеріалів дослідження. На етапі збору інформації застосовано метод контент-аналізу. На етапі відтворення результатів дослідження – описовий метод.

Результати й обговорення. Для багатьох організацій, які відповідають за маркетингові комунікації, такі інструменти, як: банерна реклама, таргетинг, тізерна реклама, контекстна реклама, контент-маркетинг, є звичайною практикою. Зазначені управлінські механізми належать до інтернет-технологій формату web 1.0-2.0. Сьогодні дедалі активніше запроваджуються технологічні стандарти web 3.0, особливою яких є використання автоматизованих систем управління інформаційними процесами. Крім того, на рівні прототипів програмного забезпечення щораз частіше застосовуються елементи стандарту web 4.0, який визначають як «інтернет речей».

Зважаючи на той факт, що досліджувана у статті тематика є достатньо новою, як предмет наукового дослідження в галузі реклами та PR, то історіографічного огляду зробити не можна. Наукових пошуків у цьому секторі інноваційних впроваджень досі не існує. Переважна більшість оглядів програм та інтернет-сервісів, які наведено в статті, здійснюється шляхом представлення у лайфхаках (відеоінструкція для застосування), а також у професійних дискусіях на профільних мережевих майданчиках.

Рисунок 1.
Інтерфейс інтернет-сервісу SMM Box



Особливо динамічні зміни сьогодні відбуваються у системі SMM. Якщо раніше переважна більшість операцій тут виконувалася в ручному форматі, то сьогодні можна натрапити, навіть у відкритому доступі, на сервіси автоматизованого постигуну та моніторингу

контенту. Найбільш популярними сервісами зазначеного напрямку останнім часом вважаються такі, як: SMM Box, RePublic, NovaPress Publisher, SMM Aero, Kuku.io, Publbox, Postmypost.

Зазначені сервіси дають можливість здійснювати:

- медіа-планування;
- пошук контенту;
- постінг (відкладений та терміновий);
- обмін фоловерами;
- автоматичний репостінг з корпоративного сайту у корпоративні групи та на сторінки у соцмережах.

Детальніше зупинимося на кожному із зазначених сервісів.

SMM Box – сервіс роботи із контентом у таких соціальних мережах, як: Instagram, Facebook, Twitter, Tumblr, ВКонтакте, Telegram, Одноклассники, Pinterest (див. Рис. 1). Один з найпопулярніших сервісів пошуку контенту. Наповнення групи відбувається в напівавтоматичному режимі – сервіс шукає пости, а користувач переглядає їх [1].

Крім пошуку контенту, сервіс дає можливість організувати командну роботу, налаштувати водяні знаки, створювати розклад – час, коли будуть публікуватися готові пости, створювати власні пости і розміщувати їх. У сервісі закладено незначні елементи аналітики: можна подивитися кількість лайків, репостів і коментарів вашої сторінки за місяцями.

Рисунок 2.
Інтерфейс інтернет-сервісу RePublic



RePublic – інтернет-сервіс для управління інформаційними процесами у таких соціальних мережах, як: Одноклассники, Instagram, ВКонтакте, Facebook, Telegram, YouTube (див. Рис. 2).

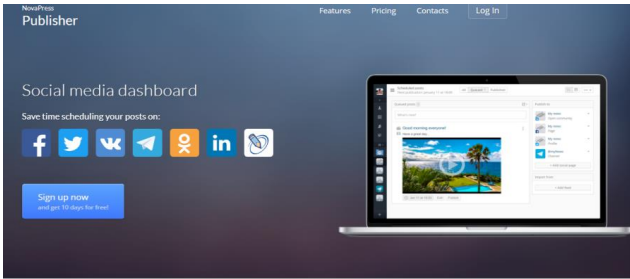
Функціонал цього сервісу складають [2]:

- відкладена публікація постів, фотографій і відео;
- пошук якісного контенту;
- режим «Автопілот» для повної автоматизації наповнення груп;

- модернізоване управління публікацією ПРОМО-постів;
 - об'єднання груп в проекти для зручного їх ведення;
 - високий рівень генерації фотопостів та фотоцитат;
 - створення унікального контенту за один клік.
- Функціонал взаємної розкрутки груп здійснюється через репости.

Рисунок 3.

Інтерфейс інтернет-сервісу NovaPress Publisher



NovaPress Publisher – мережевий сервіс для роботи із соцмережами: ВКонтакте, Instagram, Telegram, Pinterest, LinkedIn, Facebook, Google+, Однокласники, LiveJournal (див. Рис. 3) [3].

Головне призначення сервісу – наповнення груп в соцмережах контентом із сайту та блогу. Здатний автоматизовано розміщувати брендовані матеріали: імпорт записів в соцмережі через RSS, автоматичний імпорт відео після появи на каналі, автоматичне додавання хештегів, автоматичне додавання водних знаків на фото.

Рисунок 4.

Інтерфейс інтернет-сервісу SMM Aero

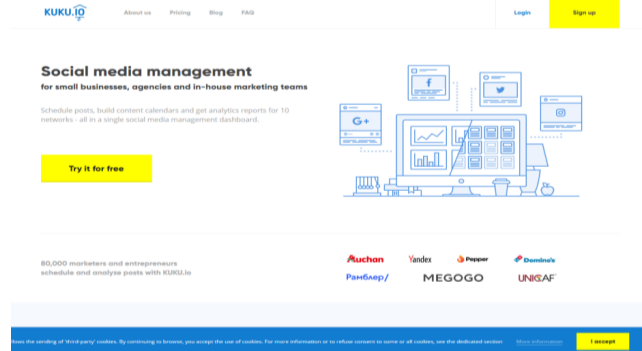


SMM Aero – інтернет-сервіс для роботи з такими соціальними мережами: ВКонтакте, Instagram, Однокласники, Facebook (див. Рис. 4). Дає можливість створення митевих та відкладених постів, а також попереднього перегляду створених постів, з метою оцінювання їх вигляду в соцмережі після опублі-

кування [4]. Також допомагає вести контент-план, автоматично скорочувати посилання, відслідковувати коментарі фоловерів, переглядати статистику по записах та підключених сторінках (через Excel). Крім того, є можливість налаштувати різний час публікації, текст і вкладення для кожної соцмережі, а також оцінювати результат за допомогою попереднього перегляду.

Рисунок 5.

Інтерфейс інтернет-сервісу Kuku.io



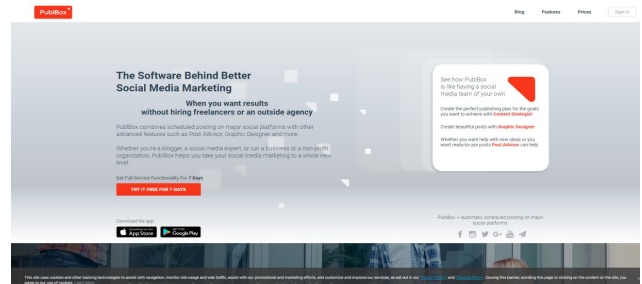
Kuku.io – мережевий сервіс для роботи із такими соцмережами: ВКонтакте, Facebook, Twitter, Телеграм, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Google+, Tumblr (див. Рис. 5).

Функціонал цього сервісу складають:

- демонстрація статистики,
- підтримка функції крос-постінгу з підключених акаунтів,
- публікація вкладень та визначення часу публікації для мереж,
- створення репостів та лайків з підключених сторінок [5].

Рисунок 6.

Інтерфейс інтернет-сервісу Publbox



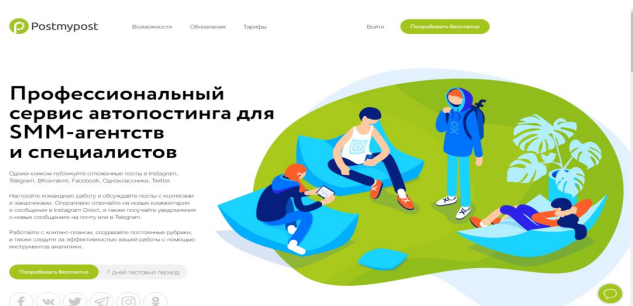
Publbox – інтернет-сервіс для управління інформаційними процесами у таких соціальних мережах: ВКонтакте, Однокласники, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn, Pinterest (див. Рис. 6). У сервісі крім планування постів

є навчальні курси з SMM та багато шаблонів для оформлення груп [6].

Функціонал сервісу Publbox:

- миттєвий та відкладений постінг,
- попередній постінг,
- календар для створення контент-плану,
- створення вкладок,
- редактор обкладинок і постів,
- навчальні програми.

Рисунок 7. Інтерфейс інтернет-сервісу SMM Aero



Postmypost – мережевий сервіс для роботи з такими соціальними мережами: Instagram, Facebook, ВКонтакте, Однокласники, Телеграм, Twitter (див. Рис. 7).

Функціонал цього сервісу:

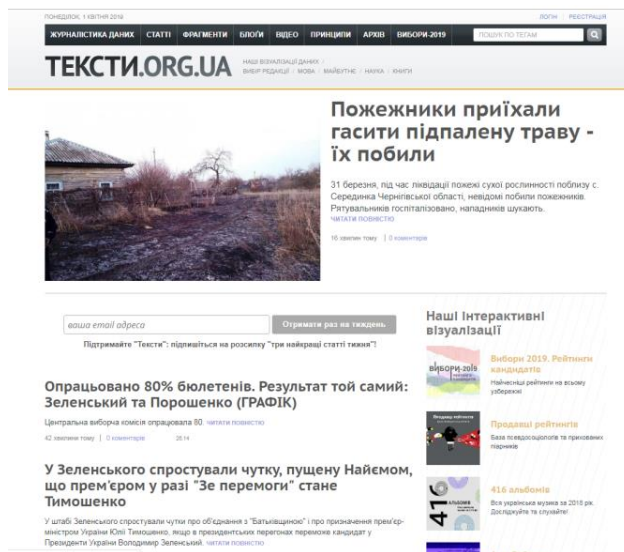
- відкладений постінг,
- функції перевірки орфографії і топографіки,
- можливість залишити перший коментар,
- статистика в бета-режимі,
- відстеження коментарів – у стані розроблення [7].

Серед інноваційних інструментів управління інформаційними процесами найбільш перспективним на теперішній час є використання алгоритмів штучних нейронних мереж, що мають здатність «самонавчання».

Ця технологія ще не дуже поширена, бо створення відповідного програмного забезпечення вимагає залучення значних ресурсів. З тих нейронних мереж, що діють сьогодні в українському інформаційному просторі можна визначити проект **Texty.org.ua** (див. Рис. 8).

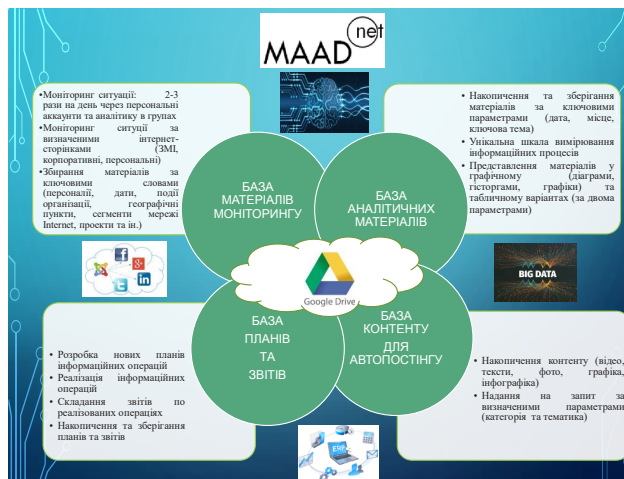
Також маємо зазначити, що окремим напрямом в розвитку інноваційних систем в рекламі та PR, є алгоритм Big Data. Він надає змогу оптимізувати процес донесення інформації до конкретного споживача, з огляду на технічні витрати ресурсів та час. Спираючись на велику базу досьє на конкретних споживачів, такі системи сьогодні повністю забезпечують усі потреби в рекламі для вузько сегментованих інтернет-магазинів.

Рисунок 8. Інтерфейс інтернет-сервісу Texty.org.ua



Пріоритетним напрямом розвитку зазначених вище технологій є їх інтеграція в межах окремих програмних продуктів. Прикладом таких розвідок є програмний продукт **MAAD.net**, розроблений групою IT-спеціалістів, координатором якої є автор цієї публікації (див. Рис. 9).

Рисунок 8. Структурна схема програми MAAD.net



Представлена система спирається на технології штучних нейронних мереж (Big Data) автоматизованого планування та постінгу. Головне призначення – здійснення функцій SMM в автоматизованому режимі. Ця програма дає змогу скоротити кількість штатних працівників на 90 % (прес-служба, аналітика, планування) та на 70 % підвищує ефективність роботи в цьому напрямі. Також сприяє суттєвій економії коштів та оргресурсів.

Висновки. Таким чином, підбиваючи підсумки, маємо наголосити на необхідності глибокого вивчення інноваційних технологій гібридного характеру та застосування їх у маркетинговій практиці, зокрема в рекламі та PR. Зазначена гібридизація може бути забезпечена за рахунок поєднання цифрових, гуманітарних, управлінських та психотехнологій.

Такий підхід має суто маркетинговий характер та утилітарну мотивацію, бо надаватиме можливість інтернет-маркетологам значною мірою оптимізувати витрати часу та фінансових ресурсів, а також підвищувати якість інформаційного процесу.

Втім не варто забувати про проблему, так званого, цифрового розриву (відставання від провідних західних країн), на який сьогодні наразилася Україна на шляху до Європи. Саме для того, щоб не опинитися на периферії цифрового світу, профільних експертам та практикам маркетингової галузі необхідно освоювати новітні технології та активно впроваджувати їх у практику.

Список літератури

1. SMMBOX. URL: <https://smmbox.com/> (дата звернення: 3. 04. 2019).
2. RePublic – сервис умного авторепостинга // RePublic. URL: <https://re-pub.me/welcome/> (дата звернення: 3. 04. 2019).

3. NovaPress Publisher. URL: <https://novapress.com/> (дата звернення: 3. 04. 2019).

4. SMM Aero. URL: <https://smmaero.ru/> (дата звернення: 3. 04. 2019).

5. Kuku.io. URL: <https://kuku.io/> (дата звернення: 3. 04. 2019).

6. Publbox. URL: <https://publbox.com/> (дата звернення: 3. 04. 2019).

7. Postmypost. URL: <https://postmypost.ru/> (дата звернення: 3. 04. 2019).

References

1. SMMBOX, available at: <https://smmbox.com/> (accessed: 3 April 2019).
2. RePublic – сервис умного авторепостинга, *RePublic*, available at: <https://re-pub.me/welcome/> (accessed: 3 April 2019).
3. NovaPress Publisher, available at: <https://novapress.com/> (accessed: 3 April 2019).
4. SMM Aero, available at: <https://smmaero.ru/> (accessed: 3 April 2019).
5. Kuku.io, available at: <https://kuku.io/> (accessed: 3 April 2019).
6. Publbox, available at: <https://publbox.com/> (accessed: 3 April 2019).
7. Postmypost, available at: <https://postmypost.ru/> (accessed: 3 April 2019).

Подано до редакції 27. 05. 2019 р.

Курбан О. В., кандидат наук из социальных коммуникаций, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, Институт журналистики Киевского университета имени Бориса Гринченко (Киев, Украина)

ИННОВАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕКЛАМНЫМИ И PR-ПРОЦЕССАМИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Аннотация. В статье рассматривается тематика исследования информационно-коммуникационных технологий, которые используют в сети Интернет с целью управления рекламными и PR-процессами. Представлены перспективное направление использования контента в сетевом пространстве, которые предусматривают применение технологий автоматизированного управления информационных процессов (*web 3.0*). Указанные и охарактеризованные автором инструменты являются инновационными и имеют широкий спектр использования для проведения эмпирических и теоретико-методологических исследований, а также для практики. Указанные технологии позволяют уменьшить материальные затраты и усовершенствовать качество работы с контентом, ускорить его распространение.

Описанные в статье инструменты имеют важное значение для совершенствования таких традиционных маркетинговых коммуникаций, как реклама и PR. Охарактеризованные автором системы – это онлайн-сервисы с широким доступом интернет-пользователей на бесплатных и платных условиях.

Самыми популярными на рынке рекламы и PR есть такие сервисы: SMM Box, RePublic, NovaPress Publisher, SMM Aero, Kuku.io, Publbox, Postmypost. Эти программы имеют удобный интерфейс и простую систему навигации, что делает их открытыми даже для начинающих пользователей.

Ключевые слова: социальные онлайн-сети, Интернет, SMM, PR, реклама, маркетинговые коммуникации, управленческие процессы.