

**Исследование Минэкономразвития России
и Ассоциации «Мой бизнес – мои возможности»
«Продвижение бизнеса через социальные сети»**

Введение

Исследование «Продвижение бизнеса через социальные сети» Минэкономразвития России и Ассоциации «Мой бизнес – мои возможности» посвящено тому, как российские предприниматели развивают свой бизнес в социальных сетях и мессенджерах. Исследование проводилось в формате онлайн-опроса в первом полугодии 2024 года. Респондентами выступили более 4 000 представителей малого и среднего бизнеса из разных регионов России.

Опрос содержит информацию о:

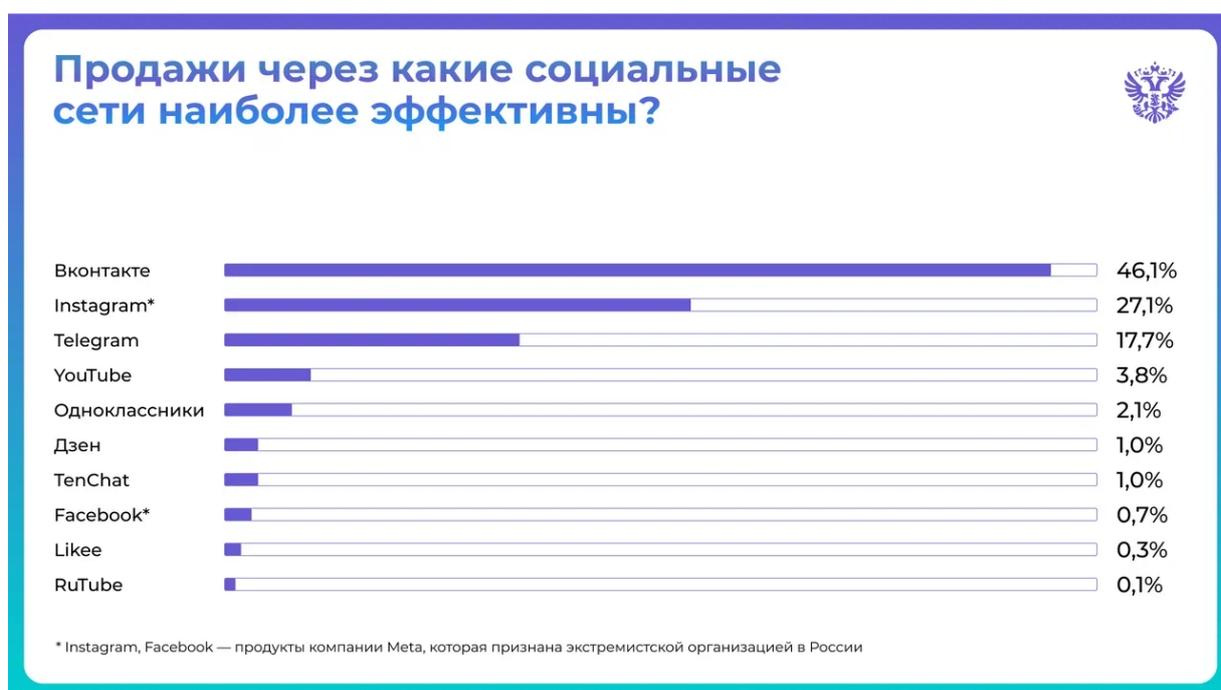
1. Наиболее популярных площадках для продвижения товаров и услуг.
2. Социальных сетях с наиболее эффективными продажами.
3. Площадках с наиболее платёжеспособной аудиторией.
4. Ведение социальных сетей.
5. Типах аккаунта для ведения социальных сетей.
6. Бесплатных форматах контента для продвижения в социальных сетях.
7. Платных форматах контента для продвижения в социальных сетях.
8. Тратах предпринимателей на продвижение в социальных сетях.

Наиболее популярные площадки для продвижения товаров и услуг

Самой популярной площадкой стала ВКонтакте — ее используют для продвижения товаров и услуг 38,5% опрошенных. На втором месте Telegram — 23,2%, на третьем Instagram* — 20,4%. В топ-5 площадок для развития бизнеса также вошли YouTube и Одноклассники.

Социальные сети с наиболее эффективными продажами

46% отметили, что эффективнее всего товары и услуги продаются через ВКонтакте, 27% — через Instagram*, 17,7% — через Telegram.



Площадка с наиболее платежеспособной аудиторией

По уровню платежеспособности пользователей лидерами оказались ВКонтакте и Instagram* — их выбрали по 39% участников опроса. В этих соцсетях пользователи готовы заплатить более высокую цену за один и тот же товар по сравнению с другими площадками. На третьем месте Telegram — мессенджер выбрали 16,5% респондентов.

Ведение социальных сетей

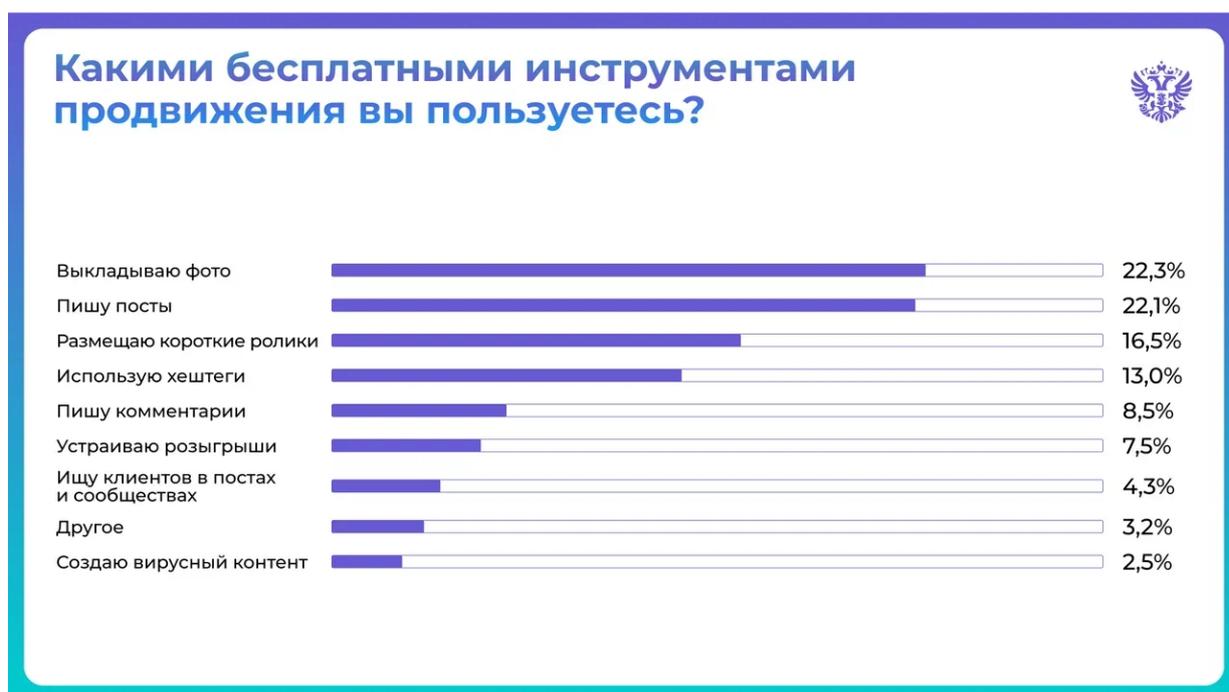
82% предпринимателей ведут аккаунты в соцсетях и мессенджерах самостоятельно, у 12% для этого есть нанятый специалист, а у 4% — подрядчик. Только 2% не ведут соцсети вовсе, но и они планируют начать.

Тип аккаунта для ведения социальных сетей

В большинстве случаев — 62% — предприниматели создают для бизнеса отдельный аккаунт, сообщество или группу. Личный профиль для продвижения товаров и услуг выбирают 38% опрошенных.

Бесплатные форматы контента для продвижения в социальных сетях

Представители МСП используют разные форматы контента для рассказа о своем деле. По 22% выкладывают фотографии и пишут посты, 17% создают вертикальные ролики, 13% используют хэштеги, 8% устраивают розыгрыши.

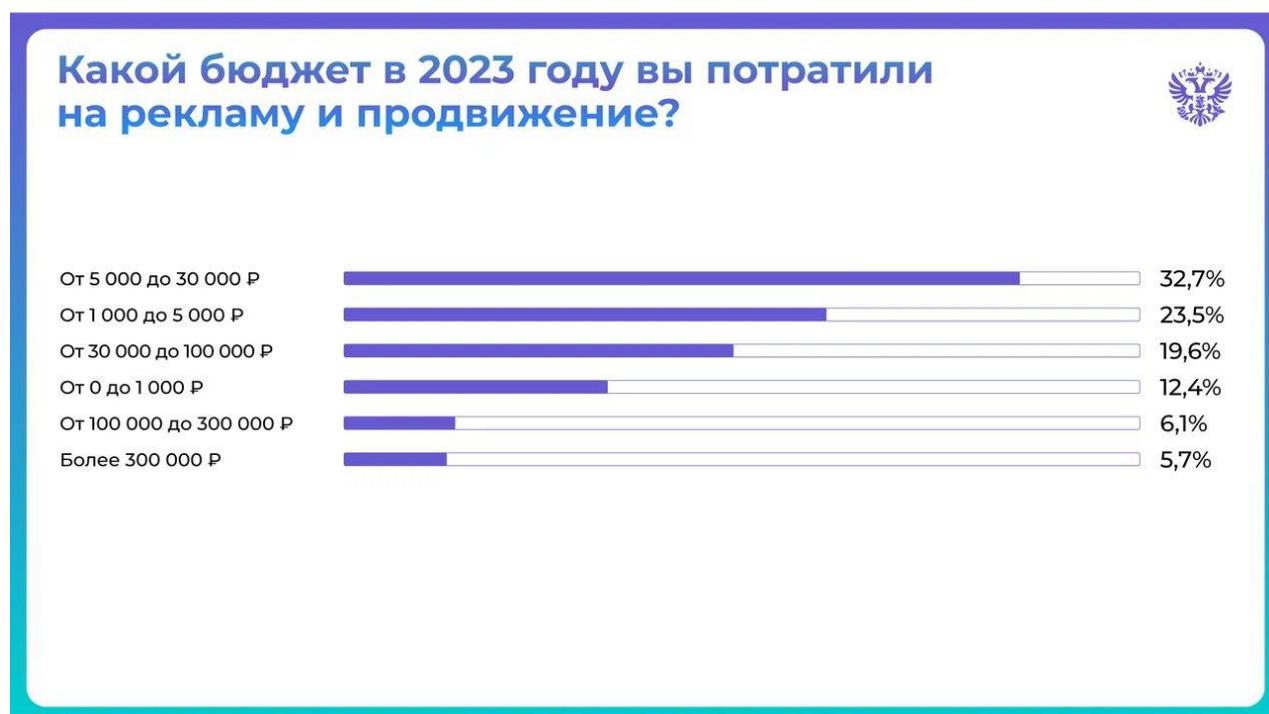


Платные форматы контента для продвижения в социальных сетях

Платные инструменты продвижения используют 69% предпринимателей. В топе по популярности таргетированная реклама в соцсетях — ее выбирают 27% участников опроса. Платные посты в сообществах и каналах используют 16%, а рекламу у инфлюенсеров — 13%.

Траты предпринимателей на продвижение в социальных сетях

35% предпринимателей тратят на продвижение до 5 тысяч рублей в месяц, каждый третий — от 5 до 30 тысяч рублей, 12% — более 100 тысяч рублей.



* *Instagram, Facebook — продукты компании Meta, которая признана экстремистской организацией в России*