16 МАР, 08:39

# Эксперты: российскому бизнесу непросто дается переход с Instagram на другие платформы

## Основная задача для блогеров и брендов - адаптировать свой контент под особенности новых площадок, считают представители агентства SETTERS

МОСКВА, 16 марта. /ТАСС/. Доступ к социальной сети Instagram ограничен на территории России, о блокировке ресурса 14 марта сообщили в Роскомнадзоре. ТАСС вместе с экспертами SMM-рынка, предпринимателями и блогерами выяснял, как сложившаяся ситуация отражается на малом бизнесе, какие площадки станут альтернативой Instagram, и возможно ли восстановление прежнего уровня продаж и трафика на платформе.

**Как все начиналось**

Доступ к американской соцсети Instagram ограничили с 14 марта на территории России на основании решения Генпрокуратуры РФ. Ведомство потребовало признать компанию Meta Platforms Inc., в которую входят соцсети Facebook, Instagram и мессенджер WhatsApp, экстремистской организацией и запретить ее деятельность на территории России. В Генпрокуратуре сообщили, что, согласно данным, подтвержденным заявлением пресс-секретаря Meta Platforms Inc. Энди Стоуна от 11 марта, в свете событий на Украине компания временно снимает в своих социальных сетях запрет для жителей ряда стран на размещение информации, содержащей призывы к насилию против российских граждан, в том числе военнослужащих.

**А что там бизнес?**

В последние годы соцсети стали играть одну из ключевых ролей в развитии бизнеса, особенно малого, считает директор по маркетингу hh.ru Ольга Мец. Если раньше "лицом" любой компании был сайт, то сейчас эту задачу решают страницы в соцсетях. Блокировка Instagram, по мнению эксперта, несет в себе риски потерять аудиторию.

"В первую очередь пострадают небольшие локальные бренды одежды и обуви, сфера красоты и услуг, творческие мастерские, предметы искусств. И, конечно, блогеры. Для многих из них именно Instagram был основным каналом продвижения и продаж. Сейчас предприниматели могут столкнуться с трудностями централизованно собрать и перевести всю свою аудиторию с одной площадки на другую. Часть людей, которые пропустили или не увидели посты с анонсом перехода в другую соцсеть, они неизбежно потеряют. А ведь бизнес наращивал свою аудиторию годами. Это непростой процесс, он потребует времени, средств на продвижение и на создание [нового] контента. Сложившаяся ситуация может грозить предпринимателям потерей доли продаж, где некоторые не смогут быстро раскрутиться на новых площадках", - говорит Мец.

По ее словам, выводы о значимости соцсетей в ведении бизнеса можно сделать и по спросу на продвижение аккаунтов. По данным hh.ru, с начала 2022 года по всей России чаще всего искали специалистов с опытом работы с Instagram - таких запросов было более 17 тыс. На втором месте по популярности оказался Telegram - 15 тыс. вакансий, VK - 13 тыс. Реже всего компании ищут специалистов, умеющих работать с "Одноклассниками".

Аналога Instagram в России, по мнению Ольги Мец, сейчас нет. "ВКонтакте" может заменить Facebook, а Rutube - Youtube, однако то, что все аудитории и бюджеты будут сосредоточены в одних руках, может привести к высокой конкуренции за внимание пользователей и росту цен на продвижение.

**Альтернативные каналы**

В феврале и марте 2022 года "ВКонтакте" стала самой популярной площадкой по активности авторов и количеству публикаций, следует из данных Brand Analytics (одна из лидирующих на рынке СНГ систем мониторинга и анализа социальных медиа и СМИ - прим. ТАСС.). Дневная аудитория соцсети выросла на 8,7% - на 4 млн. Теперь "ВКонтакте" пользуются более 50 млн человек в день - социальная сеть установила новый рекорд по дневной аудитории в России, более чем в четыре раза увеличилось количество регистраций. Кроме того, пресс-служба соцсети отмечает рост запросов со стороны предпринимателей.

"Понимая новые условия, мы запустили направление поддержки малого и среднего бизнеса. Предпринимателям круглосуточно доступна поддержка и актуальная информация об обновлениях платформы и инструментов в сообществе "ВКонтакте для бизнеса". Многие новички сейчас задаются базовыми вопросами - с чего начать

ведение и развитие бизнеса, как создать и оформить страницу для бизнеса, на какие инструменты обратить внимание в первую очередь. Инструменты VK позволяют бесплатно создать полноценный интернет-магазин, через который удобно как продавать товары, так и оказывать услуги: он поддерживает и интеграцию с существующими магазинами через API. Платежи можно принимать через сервис VK Pay - он стабильно работает с любыми картами российских банков, в том числе с картами Visa и Mastercard", - рассказали в пресс-службе соцсети.

Кроме того, VK открыл крупнейшую в истории компании программу поддержки авторов. Они получат 100% дохода от инструментов монетизации - программа будет действовать в течение месяца. За этот период авторы смогут заработать более 600 млн рублей с помощью таких инструментов как Партнерская программа, Маркет-платформа, Монетизация видео и VK Donut. Для авторов коротких видео на платформе "Клипы ВКонтакте" заработала отдельная программа грантов. На площадке появится рейтинг клиперов, который будет формироваться по количеству просмотров. По итогам кампании лучшие авторы получат выплаты в 100 млн рублей.

С ростом регистраций с начала марта на 66% столкнулась и социальная сеть "Одноклассники". Сейчас там ведут бизнес более 1 млн предпринимателей. В ОК можно создавать бизнес-профиль, который дает начинающим предпринимателям и самозанятым запускать рекламу и развивать свое дело.

"Чаще всего мы сейчас получаем вопросы о том, какой контент, какая подача более интересны пользователям ОК. В общих случаях рекомендуем смотреть на существующие группы в ОК и на их приемы. Также мы делимся нашими статьями и помогаем в службе поддержки. Время ответа не превышает нескольких минут. В официальной группе "ОК для бизнеса" можно найти интересные кейсы по продвижению в соцсети и другие полезные материалы, а с 18 марта в группе сотрудники ОК проведут серию практических вебинаров для бизнеса: в прямом эфире можно будет узнать обо всех тонкостях работы в соцсети и задать свои вопросы. Кроме того на сайте "ОК для бизнеса" размещен подробный гайд, который охватывает все аспекты ведения своего дела в соцсети - от создания страницы и контент-плана до работы со статистикой и рекламным продвижением", - рассказали в пресс-службе ОК.

Представители соцсети сообщают, что в настоящий момент принимают оплату от резидентов РФ всеми банковскими картами и безналичную оплату от юридических лиц.

А для рекламодателей за рубежом прорабатывают способы оплаты и планируют подключить переводы со счетов мобильных телефонов.

**Перейти или остаться**

Теперь правила игры будут диктовать не только бренды и блогеры, но и сама аудитория. Она же останется там, где ей будет удобнее потреблять контент, уверен управляющий партнер JAMI Group Сергей Коркин.

"Размещения в Instagram выбирали более 80% наших клиентов. Сейчас блогеры массово мигрируют в Telegram и "ВКонтакте", часть уже создала аккаунты в "Яндекс.Дзен" и Rutube. Растет и аудитория Yappy (новая российская соцсеть и видеосток для создания видеоколлабораций с друзьями, блогерами и селебами - прим. ТАСС) появляются новые соцсети Ton, ЯRUS, оживает даже ЖЖ. Вероятно, основной площадкой пополнения трафика из заблокированных соцсетей будет VK. Стоит отметить, что эта соцсеть в принципе всегда была популярна у российской аудитории. А сегодня это платформа, которая объединяет в себе практически весь функционал Facebook, Instagram, TikTok. Rutube также должен принять значительное количество трафика, особенно если будет быстрее развивать интерфейс и привлекать авторов и пользователей к развитию площадки изнутри", - отметил Коркин.

Эксперт также подчеркнул, что Telegram растет, но пока он сильнее всего отличается от заблокированных соцсетей, поскольку задумывался как мессенджер, а не социальная сеть с лентой. Существуют два варианта развития событий: часть аудитории останется с блогерами в Telegram, а остальные уйдут в более удобные соцсети с привычным интерфейсом, либо же Telegram может обновить свой интерфейс, в котором будут и мессенджер, и лента событий.

**Как сохранить аудиторию**

Основная задача для блогеров и брендов - адаптировать свой контент под особенности новых площадок, считают представители креативного агентства SETTERS. Большинство клиентов переходят в Telegram-каналы, блогеры (в зависимости от целевой аудитории) предпочитают "ВКонтакте", "Яндекс.Дзен" и "Одноклассники".

"В Telegram пользователи пока не так привыкли к обычному lifestyle-контенту, так как большинство подписывалось на тематические паблики, профильные каналы и т.п.). Важно понимать, что если у блогера и до этого была вовлеченная и лояльная аудитория, то она с легкостью перейдет на другую платформу, чтобы следить за блогерским

контентом, конечно, если для этого не требуется освоение незнакомой платформы, что может служить очевидным барьером. Не стоит удивляться и переживать, если не вся ваша аудитория моментально перешла с одной платформы на другую для того, чтобы следить за вами или вашим сообществом. В последние три дня ленты были переполнены призывами подписок, что, конечно же, утомило пользователей и сократило потенциальную конверсию. Лояльная аудитория, в конце концов, вас все равно найдет. А за счет качественного и актуального контента прибавится и новая аудитория", - считают в агентстве.

Принятые в Instagram и Facebook форматы не подходят при работе с "ВКонтакте" и Telegram, отметил основатель холдинга Ingate (один из крупнейших игроков рынка digital-маркетинга - прим. ТАСС) Никита Андросов. Перестроить подход к коммуникации и формируемому контенту бизнесу будет непросто.

"Аудитория прыгает из одной сети в другую, поэтому бизнес теряет коммуникацию - не всех пользователей, которые были у компаний в Instagram, получилось сразу перевести во "ВКонтакте" или в Telegram. Стоимость рекламы на вышеперечисленных площадках в среднем вырастет на 20% из-за [роста] медиаактивности", - объяснил Андросов.

Для того, чтобы не потерять накопленную годами аудиторию, Андросов посоветовал бизнесу завести представительства на всех популярных площадках ("ВКонтакте", Telegram, "Яндекс.Дзен"), запустить механики по сбору контактной информации (e-mail, телефон, чат-бот). Переводить аудиторию ссылкой неэффективно, лучше делать это через конкурсы и спецпредложения.

**Сложности перехода**

Несмотря на привлекательность высоких органических охватов, использование Instagram с помощью VPN скоро может быть связано с риском для брендов и пользователей, считает адвокат, управляющий партнер юридической компании AVG Legal Алексей Гавришев. Поэтому предпринимателям следует совершить окончательный переход на другие каналы.

"В настоящее время Генеральной прокуратурой Российской Федерации ведется масштабная работа по выявлению и блокировке VPN-сервисов, позволяющих пользователям посещать ресурсы, заблокированные Роскомнадзором в связи с выявлением причастности к экстремистской деятельности. Учитывая изложенное, полагаю, в ближайшее время возможности пользования указанной социальной сетью будут сильно ограничены. В то же время использование сейчас гражданами соцсетей не

будет отождествлять их с экстремистской деятельностью. Однако от оплаты услуг, рекламы и иных платежей следует воздержаться, так как подобное может приравниваться к финансированию экстремистской организации", - резюмировал адвокат.