

## SMM – КӘСІПКЕРЛІКТІ БАСҚАРУДЫҢ БАСТЫ СТРАТЕГИЯСЫ

Сандық экономикада әлеуметтік желілердің қарқынды дамуына байланысты, кәсіпкерлікті дамытудың басты құралы ретінде SMM болып табылады. Ол тек қана қарым-қатынас құралы ретінде қарастырылмайды, сондай-ақ кәсіпкерлікті дамытудың басты стратегиясы ретінде саналады. Өйткені, оларды күн сайын бүкіл әлем бойынша ондаған миллион адам пайдаланады, олар арқылы ақпараттың орасан зор ағындары өтеді, олардың барлығы қарқынды дамып келеді және кәсіпкерлер үшін көбірек мүмкіндіктер ұсынады. Осы тұрғыдан алғанда бұл тақырыптың өзектілігі өте зор.

SMM (Social Media Marketing) немесе оны әлеуметтік маркетинг деп атайды. Бұл блогтар, форумдар және әлеуметтік желілер арқыла тауарларды және қызметтерді жылжыту тәсілі болып келеді. SMM артықшылығына келетін болсақ:

- адамдар әлеуметтік желілер арқылы хабарларға көбірек сене алады;
- мақсатты аудитория тиімдірек таңдалады;
- ақпарат қажетті адамдарға тезірек жеткізіледі.

Кез келген кәсіпкерлікті SMM арқылы дамыту әрине ол менеджердің қолданылатын стратегиясына байланысты. SMM стратегиясы алгоритміне келетін болсақ, ол келесі элементтерден тұрады (сурет 1):



Сурет 1. SMM стратегиясы алгоритмі

- Қауымдастық тұжырымдамасы - компанияның негізгі қағидаттарының қысқаша және ауқымды мәлімдемесін ұсынады. Ол жоба идеологиясын, бизнес-жоспарды және брендтің негізгі тұжырымдамасын ескереді.

- Мақсаттар мен міндеттерді қалыптастыру- мақсаттар мен міндеттер ұзақ мерзімді жобаның негізі болып табылады. SMART моделін қолдану арқылы мақсаттарды қалыптастыру оңай: нақты, өлшенетін, қол жетімді, өзекті және уақыт шектеулі.

- Мақсатты аудиторияны анықтау - аудиторияның портреті қоғамдағы пайдаланушылар санын көбейтуге ғана емес, сонымен қатар жарнама шығындарын азайтуға да көмектеседі.

- Жоспар мазмұнын (контент) құру - жүзеге асыратын барлық әрекеттердің уақыттарын көрсету және оларды жоспарға сәйкес уақытқа дейін сипаттау. Жарияланым түрін де көрсету.

- Басқалармен байланыс - басқаша айтқанда, өзара PR туралы ойлану. Мүмкін серіктестерді сипаттау, оларға сілтемелер қосу. Әр нақты сайттан не қажет екенін, қандай нәтиже алғыңыз келетінін көрсету. Сіз ұқсас тақырыптар бойынша қауымдастықтар үшін жарияланымдар дайындауға, бартер туралы келіссөздер жүргізуге және бірегей ұсыныстар жасауға болады.

- Автоматтандыру – SMM planner-де посттарды жинау, Автоматты аналитикалық жүйелерді қосу, жарнама биржасымен және қайта жоспарлау үшін топ құру жүйелерімен танысу.

Жалпы айтқанда, SMM стратегиясы орындаушыларын жұмысқа енгізуге немесе ұжымаға жаңа мамандарды тартуға көмектеседі, өйткені оларға жүктелген өлшемдер, мақсаттар мен міндеттер анық.

Ең бастысы- SMM стратегия қызметкерлердің барлық назарын бақылау өлшемдеріне, оларды үнемі қадағалап отыруға бағыттайды, егер жоспарланғаннан ауытқып кетсе, іске асыру бағдарламасына түзетулер енгізіп, нәтижесінде компания бизнесі үшін сәтті нәтиже алады.

#### Әдебиеттер

1. Стратегиялық менеджмент негіздері: бәсекелік артықшылыққа ұмтылу : оқулық / Д. Э. Гэмбл, М. А. Питерс, А. А. Томпсон ; Ұлттық аударма бюросы.

- 5-ші басылым. - Алматы : Дәуір, 2019. - 534 б

2. Шағын бизнестегі менеджмент : кәсіп бастау және венчурды дамыту / Ж. Лонгенекер [ж.б.]. - 18-ші басылым. - Нұр-Сұлтан ; Алматы : "Ұлттық аударма бюросы" қоғамдық қоры, 2020. - 703 б.

3. Маркетинг және менеджмент негіздері : оқулық / С. Сатыбалдыұлы, Б. Байтанаева. - 2-ші басылым. - Астана : Фолиант , 2011. - 318 б.

Салхимбаева Э.Т, Муратова С.М. 3 курс (академик Е.А. Бөкетов атындағы ҚарУ)

Ғылыми жетекші – э.ғ.м., аға оқытушы Тусупбаева Б.С

### ЦИФРЛЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫҢ БАНК ЖҮЙЕСІНЕ ӘСЕРІН БАСҚАРУ

Мақала цифрлық экономиканы дамытудың ажырамас бөлігі болып табылатын банк секторын цифрлық трансформациялауды қарастыруға