

***Чигарев Николай Николаевич***

*Доцент кафедры*

*Теории и методики гандбола*

*РУС («ГЦОЛИФК»)*

*Г.Москва*

*E-mail: chigarevnn@gmail.com*

***Фурукин Андрей Александрович***

*Студент 4 курса кафедры*

*Теории и методики гандбола*

*РУС («ГЦОЛИФК»)*

*Г.Москва*

*E-mail: vzmejkin@gmail.com*

## **СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ГК «РОСТОВ-ДОН» В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

**Аннотация.** Статья посвящена разработке и внедрению эффективных стратегий продвижения ГК «Ростов-Дон» в социальных сетях. В условиях современной рыночной конкуренции, где онлайн-коммуникация играет ключевую роль, разработка комплексного подхода к продвижению компании в социальных сетях является стратегически важным фактором. Работа анализирует существующие тренды и лучшие практики SMM-продвижения, выявляя уникальные возможности и риски для ГК «Ростов-Дон». Предлагаются конкретные рекомендации по созданию и ведению профилей в различных социальных сетях, оптимизации контент-стратегии, формированию вовлечённой аудитории и анализу результатов продвижения. Особое внимание уделяется выбору наиболее эффективных инструментов таргетирования и коммуникации с потенциальными клиентами и партнёрами. На основании проведенного анализа, сформулированы практические шаги по повышению узнаваемости бренда ГК «Ростов-Дон», укреплению его имиджа и привлечению новых клиентов через активное присутствие в онлайн-среде.

**Ключевые слова:** гандбол, СМИ, спорт, социальные сети.

**Annotation.** The article is devoted to the development and implementation of effective strategies for promoting Rostov-Don Group in social networks. In today's competitive market, where online communication plays a key role, developing an integrated approach to promoting a company on social media is a strategically important factor. The work analyzes existing trends and best practices of SMM promotion, identifying unique opportunities and risks for the Rostov-Don Group. Specific recommendations are offered for creating and maintaining profiles in various social networks, optimizing content strategy, forming an engaged audience and analyzing the results of promotion. Special attention is paid to choosing the most effective tools for targeting and communicating with potential clients and partners. Based on the analysis, practical steps are formulated to increase brand awareness of Rostov-Don Group, strengthen its image and attract new customers through an active presence in the online environment.

**Key words:** handball, mass media, sports, social network.

У клуба имеется собственный официальный сайт [Официальный сайт ГК «Ростов-Дон»](#)

На сайте обеспечена возможность купить билеты онлайн на турниры с участием команды, а также представлен онлайн-магазин одежды – игровой формы команды.

Также на сайте представлены такие разделы, как:

- «Новости» (можно ознакомиться с новостями команды, обзором прессы, получить аккредитацию),
- «Матчи» (можно ознакомиться с турнирной таблицей, календарем матчей, статистикой игроков),
- «Команда» (представлены игроки и тренерский штаб)
- «Клуб» (представлена вся информация о клубе),
- «Медиа» (ознакомиться с фото, видео, трансляциями),
- «Билеты» (обеспечена возможность купить билеты и абонемент).

Помимо официального сайта клуб активно развивается в социальных сетях. Так, клуб представлен в социальной сети «ВКонтакте», а также имеет собственный Telegram-канал.

Проведем анализ страницы клуба в «ВКонтакте» [Гандбольный клуб «Ростов-Дон»](#) (рисунок 1).

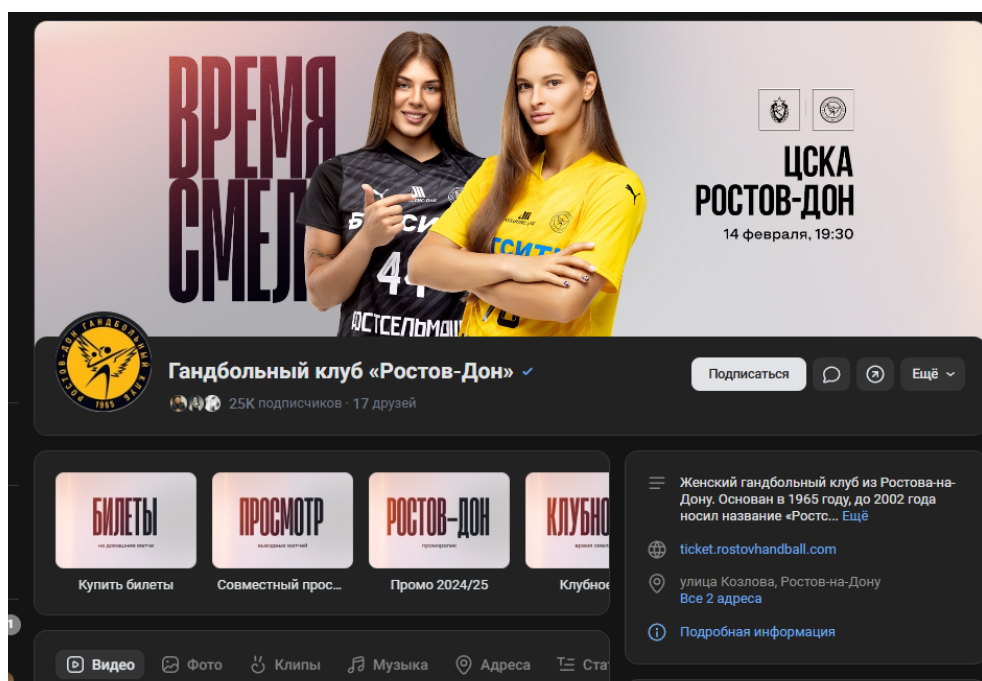


Рисунок 1 – Официальная страница ГК «Ростов-Дон» в «ВКонтакте»

В настоящее время страница клуба насчитывает свыше 25 тыс. подписчиков. Проведем подробный анализ страницы за два года с использованием сервиса по подсчету статистики в социальных сетях socstat.ru (таблица 1).

Таблица 1 – Сводная статистика по официальной странице ГК «Ростов-Дон» в «ВКонтакте» за два года (2023, 2024 гг.)

Наименование показателя	2022 г.	2023 г.	2024 г.
<b>Посты</b>			
Средний охват постов	4343,1	5279,2	4283,9

Максимальный охват поста	166.152	140.529	27.413
Минимальный охват поста	983	1.585	1.433
Добавлено постов	1826	1.439	1.398
Постов в день в среднем	5,1	4,3	4,0
<b>Реакции</b>			
Среднее количество реакций на пост	151,6	232,4	226,3
Среднее количество реакций на день	766,6	998,4	898,8
Всего реакций	276.731	334.476	316.395
<b>Лайки</b>			
Лайков на стене	255.763	315.688	298.125
Лайков в фотографиях	15.838	46.279	31.486
Лайков в видеозаписях	17.596	7.460	8.717
<b>Репосты</b>			
Репостов со стены	6.525	5.243	5.332
Репосты фотографий	49	152	70
Репосты видеозаписей	367	183	148
<b>Комментарии</b>			
Комментариев на стене	14.443	13.545	12.938
Комментариев в фотографиях	41	191	142
<b>Вовлеченность аудитории</b>			
Средняя вовлеченность на пост (ER)	0,599	0,918	0,894
Максимальная вовлеченность поста (ER)	5,843	6,732	5,250
<b>Фотографии</b>			
Добавлено фотографий	6.349	12.063	9.949
<b>Видеозаписи</b>			

Добавлено видеозаписей	162	82	72
------------------------	-----	----	----

Таким образом, по большинству показателей наблюдается динамический рост за три года. Особенно стоит отметить рост средней вовлеченности на пост в 1,4 раза и максимальной вовлеченности поста в 1,2 раза.

Также стоит отметить незначительное снижение максимального охвата и лайков в 2024 году по сравнению с прошлыми годами. Это соответственно повлияло на другие показатели, связанные между собой.

На рисунке 2 приведены посты со страницы клуба, которые получили наибольшее количество лайков, репостов и комментариев.

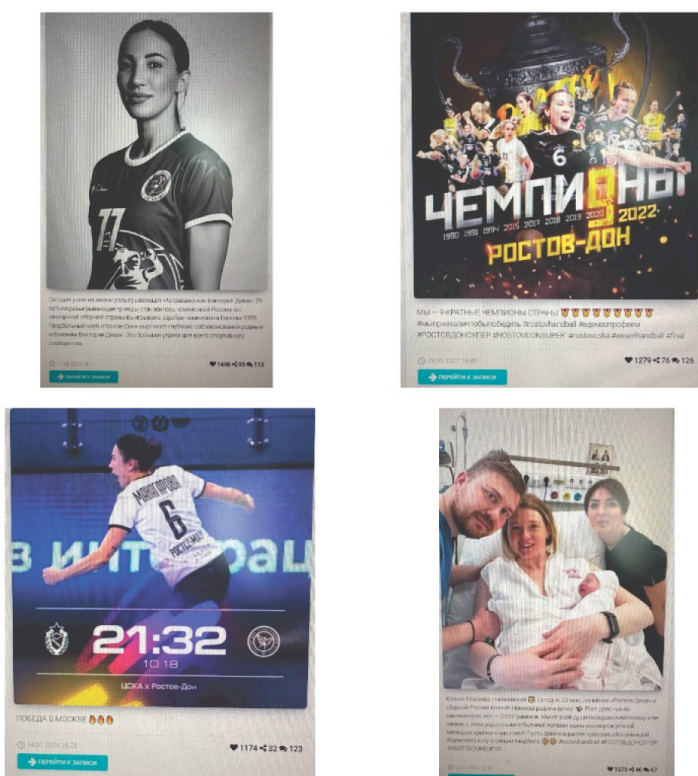


Рисунок 2 – Примеры постов со страницы ГК «Ростов-Дон» в «ВКонтакте»

Так, можно отметить, что наибольший интерес подписчиков вызывают посты с обзорами побед команды и новостями из личной жизни игроков. Это позволяет выстроить стратегию опубликования постов по данным тематикам для привлечения и охвата аудитории.

Кроме официальной страницы клуба в «ВКонтакте» также незначительно, но развиваются аккаунты игроков.

Далее целесообразно рассмотреть Telegram-канал клуба (рисунок 3).

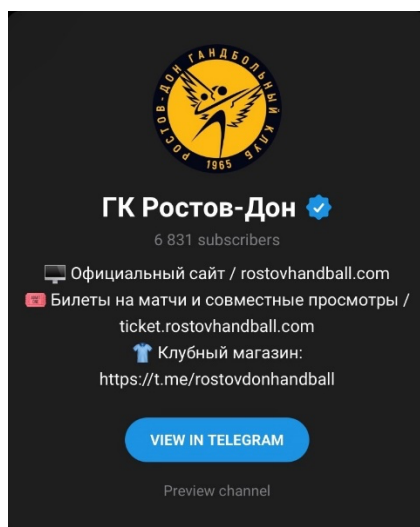


Рисунок 3 – Официальный Telegram-канал ГК «Ростов-Дон»

Telegram-канал клуба существует уже более 9 лет. Общее число подписчиков насчитывает свыше 6,8 тыс. На своем канале команда публикует фото и видео публикации.

Основные показатели развития Telegram-канала можно представить в виде таблицы 2.

Таблица 2 – Сводные данные по официальному Telegram-каналу ГК «Ростов-Дон»

Основные показатели	Значения
Дата создания канала	22.03.2016 (9 лет и 9 дней)
Постов	39589
Подписчики	6831
Индекс цитирования	23,2

Основные показатели	Значения
Упоминание каналов	455
Упоминаний	601
Репостов	261
Средний охват одной публикации	2842
ERR	44,6%
ERR24	41,2%
Средний рекламный охват 1 публикации	2313

Таким образом, вовлеченность аудитории с точки зрения общего количества подписчиков, просмотревших пост (охват) в Telegram-канале клуба, составляет 44,6%. Для канала в категории «спорт» это значение является очень хорошим показателем. Данный показатель показывает число уникальных, а не «накрученных» пользователей.

Анализ социальных сетей клуба позволил определить, что клуб активно развивает свои социальные страницы через публикации постов, которые содержат не только фото, но и видео записи.

Необходимо отметить следующие недостатки: отсутствие на странице клуба в «ВКонтакте» вкладки «обратная связь», взаимодействие с аудиторией клуба через комментарии практически минимальное.

### **Список литературы:**

1. Алексина, А. О. Современный спортивный маркетинг в России / А. О. Алексина, Ю. В. Романова, А. Ю. Алексин // OlymPlus. Гуманитарная версия. – 2023. – № 1(16). – С. 95-97.
2. Братков, К. И. Продвижение профессиональных спортивных клубов в социальных сетях / К. И. Братков, Е. Е. Сафонова // Вестник спортивной науки. – 2021. – № 6. – С. 70-74.
3. Кобликов, А. В. Особенности современной рекламы в сфере физической культуры и спорта / А. В. Кобликов // Физическая культура и спорт в XXI веке:

актуальные проблемы и пути решения : сборник материалов II-й Международной научно-практической конференции, Волгоград, 19–20 октября 2022 года / под общей ред. Горбачевой В.В., Борисенко Е.Г.. Том Часть 2. – Волгоград: Волгоградская государственная академия физической культуры, 2022. – С. 317-320.