

УДК 659.1

DOI 10.26118/2782-4586.2025.92.31.022

Романовский Денис Валерьевич

Уральский государственный экономический университет

## Новые возможности для продвижения аккаунтов на онлайн-платформах

**Аннотация.** В условиях постоянно меняющегося цифрового ландшафта традиционные подходы к продвижению становятся менее эффективными. Целью исследования является описание нового алгоритма продвижения аккаунтов клиентов на онлайн-платформе Авито. Особое внимание уделяется практическому применению уникального метода продвижения аккаунтов клиентов на онлайн-платформе Авито, подкрепленное примерами успешных кейсов и рекомендациями по адаптации метода под конкретные бизнес-цели. В статье представлено влияние продвижения аккаунтов на онлайн-платформах на финансовое состояние компании. Статья предназначена для маркетологов, SMM-специалистов, владельцев бизнеса и всех, кто заинтересован в эффективном продвижении аккаунтов на онлайн-платформе Авито.

**Ключевые слова:** онлайн-платформа, продвижение, Авито, кейс, компания WebPride, финансы.

Romanovsky Denis Valerievich

Ural State University of Economics

## New Opportunities for Account Promotion via an Online Platform

**Abstract.** In a constantly changing digital landscape, traditional promotion approaches are becoming less effective. The purpose of this study is to describe a new algorithm for promoting client accounts on the Avito online platform. Particular attention is given to the practical application of this unique method for promoting client accounts on the Avito online platform, supported by examples of successful cases and recommendations for adapting the method to specific business goals. The article presents the impact of account promotion on online platforms on a company's financial performance. This article is intended for marketers, SMM specialists, business owners, and anyone interested in effectively promoting accounts on the Avito online platform.

**Keywords:** online platform, promotion, Avito, case study, WebPride, finance.

Сегодня онлайн-платформы являются передовым каналом коммуникации и взаимодействия с целевой аудиторией. Эффективное продвижение аккаунта на такой платформе критически важно для построения бренда, привлечения клиентов и увеличения продаж. Конкуренция за внимание пользователей на онлайн-платформах сегодня невероятно высока. Традиционные методы продвижения, такие как органический контент и базовая таргетированная реклама, зачастую оказываются недостаточными для достижения желаемых результатов. Однако, успех в этой сфере требует не только постоянной адаптации к меняющимся алгоритмам и тенденциям, но и активного использования новейших инструментов и стратегий.

На сегодняшний день существует множество методов продвижения, например, группа английских студентов разработала свой метод продвижения, суть которого заключается в демонстрации того, как рекомендательные алгоритмы могут формировать последовательности просмотра; метод аудита рекомендателей [5]. Сергеев П.В. в своей статье делает акцент на том, что необходимо использовать современные методы продвижения, одним из которых выделяет Digital-маркетинг [4]

При этом по данным высшей школы экономики доля цифровых платформ в России выросла втрое, что говорит об эффективности продвижения компании или продукта на онлайн-платформах [3].

В общем виде продвижение аккаунтов на онлайн-платформах - это комплекс мероприятий, направленных на увеличение узнаваемости, привлечение целевой аудитории и повышение вовлеченности пользователей в аккаунты, представленные на различных интернет-платформах.

Основная цель продвижения заключается в том, чтобы сделать аккаунт более видимым, популярным и привлекательным для потенциальных клиентов. Другими словами, это как маркетинговая стратегия для вашего аккаунта в интернете, которая в будущем принесет прибыль.

Важно понимать, что продвижение аккаунтов на онлайн-платформах напрямую влияет на финансовые показатели через два канала: рост доходов (увеличение трафика, лидов, продаж, LTV) и рост расходов (маркетинговые бюджеты, агентские/инфлюенсерские гонорары, операционные затраты). Финансовый эффект определяется соотношением этих потоков — ROI/ROMI.

Касаемо особенностей современного маркетинга на первое место выходит такой фактор как изучения алгоритмов продвижения контента в интернете или на площадках где компании размещают рекламу о своих товарах и услугах. Но не все компании, в особенности микробизнес и только выходящие на рынок компании, готовы выделять значительные денежные суммы на рекламу и продвижение своих товаров и услуг. Именно в этом случае важно понимать алгоритмы продвижения на онлайн-платформах. В таблице 1 представлены самые популярные виды продвижения товаров и услуг, которые доступны для любых компаний.

Таблица 1 – Характеристика популярных видов продвижения товаров и услуг через Интернет

Площадка	<b>Авито</b>
Тип клиентов	<ul style="list-style-type: none"><li>— низкий бюджет;</li><li>— B2C, B2B (реже);</li><li>— микробизнес;</li><li>— люди, которые хотят впервые попробовать рекламу;</li><li>— подходит как дополнение к уже имеющимся рекламных инструментов.</li></ul>
Плюсы	<ul style="list-style-type: none"><li>— небольшие затраты;</li><li>— быстрая настройка.</li></ul>
Минусы	<ul style="list-style-type: none"><li>— высокая конкуренция;</li><li>— мало инструментов для настройки рекламы;</li><li>— труднодоступная служба поддержки;</li><li>— некорректная работа алгоритмов самой платформы.</li></ul>
Площадка	<b>Поисковая оптимизация (SEO)</b>
Тип клиентов	<ul style="list-style-type: none"><li>— готовы вкладывать денежные средства на долгосрочную перспективу;</li><li>— B2B, B2C, B2G;</li><li>— имеется широкая линейка товаров;</li><li>— идеально сочетается с контекстной рекламой за счет поведенческого фактора.</li></ul>
Плюсы	<ul style="list-style-type: none"><li>— в долгосрочной перспективе экономически выгодней чем какой-либо другой вид рекламы;</li><li>— идеально для клиентов с большим количеством товаров.</li></ul>
Минусы	<ul style="list-style-type: none"><li>— высокие затраты на старте рекламной компании, которые окупятся не сразу.</li></ul>

Площадка	<b>Контекстная реклама (Яндекс директ, Google adwords)</b>
Тип клиента	<ul style="list-style-type: none"> <li>— B2B, B2C;</li> <li>— для тех клиентов кому нужны заявки «здесь и сейчас»;</li> <li>— для клиентов с лендингом.</li> </ul>
Плюсы	<ul style="list-style-type: none"> <li>— один самых быстрых способов получения клиентов;</li> <li>— гибкая система настройки рекламной компании;</li> <li>— возможность запуска рекламной компании с любым бюджетом;</li> <li>— существенно ускоряет процесс SEO-продвижения.</li> </ul>
Минусы	<ul style="list-style-type: none"> <li>— для наилучшей работы требуется серьёзные бюджеты;</li> <li>— требует постоянной донастройки;</li> <li>— как только на балансе заканчиваются деньги реклама автоматом перестаёт работать.</li> </ul>
Площадка	<b>SMM (Social Media Marketing)</b>
Тип клиентов	<ul style="list-style-type: none"> <li>— низкий бюджет;</li> <li>— B2C, B2B (реже);</li> <li>— микробизнес.</li> </ul>
Плюсы	<ul style="list-style-type: none"> <li>— низкие затраты для клиентов на бюджет рекламной компании (от 5 000 руб/месяц);</li> <li>— возможность без рисков накрутка подписчиков.</li> </ul>
Минусы	<ul style="list-style-type: none"> <li>— само по себе SMM клиентов не приводит либо приводит, но весьма мало, если мы говорим про новую группу, необходимо использовать в паре с таргетированной либо контекстной рекламой как усиливающий инструмент к принятию решения потенциального клиента;</li> <li>— больше подходит как имиджевый инструмент.</li> </ul>

Таким образом, каждый вид продвижения через онлайн-платформы будет иметь свои плюсы и минусы, но тем не менее каждый из них подразумевает под собой использование определенных алгоритмов, которые уже заложены программой либо рекламная компания ищет свои уникальные алгоритмы продвижения.

На основе научных трудов и практическом опыте современное маркетинговое интернет-агентство WebPride разработало новый алгоритм продвижения товаров и услуг на онлайн-площадке Авито [1]. Рассмотрим данный алгоритм компании на примере продвижения аккаунта Московской компании, занимающейся клинингом:

1. В поиске вводим необходимый запрос, а именно «клининг» (при этом выбираем район поиска всю Россию или Москва и МО);
2. Далее открываем первые 4-5 объявлений от конкурентов;
3. Анализируем описание объявлений и выбираем самое лучшее из каждого что есть и на основе этого создаем свое объявление;
4. Создаем описание к объявлению в следующем порядке:
  - краткое описание услуги (1-2 предложения) с использованием 1-2 раза ключевого слова, которое мы вбивали для поиска. В данном случае «клининг»;
  - далее по порядку (5-6 пунктов) приводим описания уникальных торговых предложений;
  - текстовый блок (3-4 предложения) с использованием ключевого слова 2-4 раза;
  - важно сделать акцент на призывае к действию (Позвоните сейчас... Сделайте заказ... Ждем вашего звонка... и т.п.);
  - обязательно использование Эмодзи;
  - смотрим в какой категории размещены объявления конкурентов и размещаем по их примеру;

— максимально заполняем информацию в карточке объявления, в строках, которое предлагает нам Авито при создании объявления

— по умолчанию каждое объявление запускается без продвижения (если иное не озвучит клиент).

До введения алгоритма продвижения месячные затраты на платное продвижение объявлений этой компании составляли порядка 120 тысяч рублей, и цена отклика при этом по данным аналитики Авито была чуть больше 600 рублей. По результатам проведенного алгоритма цена заявки упала до 200 рублей, при этом кол-во откликов осталось прежним, то есть. месячный рекламный бюджет уменьшился со 120 тысяч рублей до 40 тысяч рублей (рисунок 1).

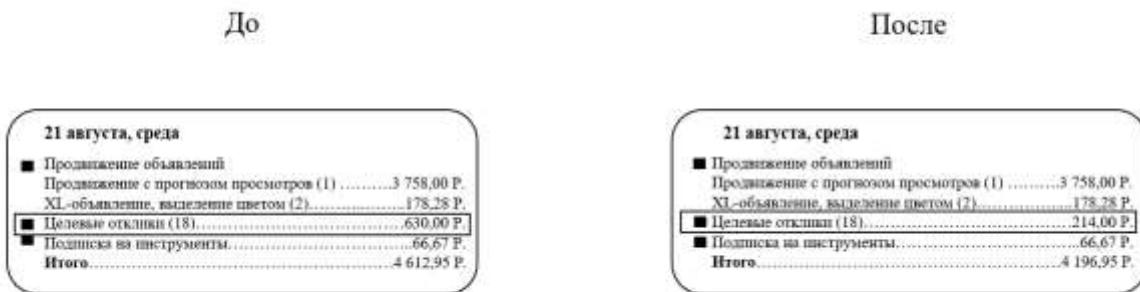


Рисунок 1 – Пример успешного применения алгоритма компании WebPride [2]

В заключении, стоит отметить, что в эпоху стремительно меняющихся цифровых технологий и постоянно растущей конкуренции в онлайн-пространстве, успешное продвижение аккаунтов на различных платформах требует гибкости, креативности и, главное, постоянного обучения и адаптации к новым возможностям. Важно понимать, что каждая онлайн-платформа имеет свои особенности и требует индивидуального подхода. То, что эффективно работает на одной платформе, может оказаться бесполезным на другой. Как мы убедились, 2025 и последующие годы открывают целый арсенал новых инструментов и алгоритмов. При этом эти знания постоянно обновляются, постоянно вводятся новшества и необходимо быть постоянно в «тренде». Немаловажным становится факт, что успешное и эффективное продвижение напрямую влияет на финансовое благополучие компаний.

#### Список источников

1. Официальный сайт маркетинговое интернет-агентство WebPride. URL: <https://webpride.ru/>.
2. Официальный сайт Авито. URL: <https://www.avito.ru/>.
3. Официальный сайт Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». URL: <https://www.hse.ru/>.
4. Сергеев П.В. Современные методы продвижения компании в интернете: научный анализ и перспективы // Вестник науки. 2025. №1 (82) том 2. С. 173 - 179.
5. Ribeiro M.H., Ottoni R., West R. Auditing Radicalization Pathways on YouTube. URL: <https://www.researchgate.net/>.

#### Сведения об авторе

**Романовский Денис Валерьевич**, магистрант Уральского государственного экономического университета, г. Екатеринбург, Россия.

**Научный руководитель:**

**Закирова Элина Рафиковна**, доктор экономических наук, профессор кафедры финансов, денежного обращения и кредита Уральского государственного экономического университета, г. Екатеринбург, Россия.

**Information about the author**

**Romanovsky Denis Valerievich**, Master's student at the Ural State University of Economics, Yekaterinburg, Russia.

**Supervisor:**

**Zakirova Elina Rafikovna**, Doctor of Economics, Professor, Department of Finance, Money Circulation, and Credit, Ural State University of Economics, Yekaterinburg, Russia.