

УДК 004

СОЗДАНИЕ ПРОГРАММНОГО ПРОДУКТА ДЛЯ МАССФОЛЛОВИНГА В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ВКОНТАКТЕ

Куделин Н.В., студент гр. ПИБ-141, 4 курс
Научный руководитель: Сарапулова Т.В., доцент, к.т.н.
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева, г. Кемерово

В современных реалиях рыночной экономики многие компании пришли к осознанию факта важности маркетинга как инструмента ведения предпринимательской деятельности. Значительная часть работы маркетолога тем или иным образом связана с общением с потребителями. Пользовательским трендом последних семи лет является стабильный интерес к социальным сетям. Поэтому актуальной является сфера SMM – social media marketing. Важность этого канала сложно переоценить. Соцсети позволяют вести прямой диалог с потребителями, создавать рекламные кампании с высокими коэффициентами конверсии, моментально собирать статистические данные и использовать площадку для органического распространения рекламных материалов. По каждому из перечисленных направлений нужно вести большой перечень работ. Зачастую интерфейс социальных сетей недостаточно для полноценной работы, поэтому появилась потребность в программных продуктах, предоставляющих более удобные инструменты для взаимодействия с социальными сетями.

Далее будем рассматривать тему на примере социальной сети ВКонтакте, так как она является наиболее популярной на территории СНГ, а также обладает практически идентичным функционалом с другими популярными социальными сетями.

Наиболее популярный функционал подобных программ связан с массовым фолловингом (MF) и сопутствующим лайкингом (ML) контента пользователей. При таких действиях существует вероятность, что пользователь, которому было отправлено приглашение в "друзья", будет взаимен. Соответственно, чем больше создаётся заявок на добавление в "друзья", тем большее количество подписчиков получает аккаунт, инициировавший MF. Необходимо знать, что подобные действия не приветствуются администрацией соцсетей, и за них возможно применение санкций со стороны ВКонтакте. Поэтому следует соблюдать лимиты по скорости и количеству, а также другим параметрам MF, которые получены эмпирическим путем.

Цель массфолловинга – подписаться на большое количество человек, часть которых будет осведомлена о нашем аккаунте, ещё меньшая часть подпишется в ответ. С теми, кто подпишется, возможна дальнейшая работа с использованием других SMM-инструментов. Исходя из этой схемы, ясно, что

аудитория для MF должна быть целевой. Её можно найти следующими способами:

1. по подписчикам тематических групп или лидеров мнений;
2. по геолокации – для offline-проектов, либо по аудиториям определённых заведений или мест;
3. по хэштегам;
4. по активностям к посту (комментарии, лайки и репосты).

Это самые простые методы сбора целевой аудитории, которые в дальнейшем можно усовершенствовать. Например, искать пересечения среди подписчиков нескольких групп для выявления наиболее активной аудитории по данной тематике.

Далее, с собранным списком аккаунтов следует провести работы по фильтрации – убрать из списка тех, кто уже подписан на наш аккаунт. Также стоит исключить из списка ботов. Алгоритм определения ботов не рассматривается в данной работе.

Наконец, итоговый список необходимо передать модулю массфоллоуинга. В нём необходимо зарегистрироваться от имени пользователя и, соблюдая рекомендуемые лимиты действий, подписываться на аккаунты из списка и лайкать посты пользователей для увеличения лояльности.

В итоге, программа для массфоллоуинга состоит из трёх модулей:

1. сбора целевой аудитории;
2. фильтрации;
3. массфолоуинга.

Такая архитектура программы позволит свободно менять каждый из модулей. Они будут связаны следующим образом: по итогу работы модуля сбора целевой аудитории мы получаем список аккаунтов. Модуль фильтрации удаляет из этого списка лишние аккаунты. А модуль массфоллоуинга работает с получившимся списком и подписывается на имеющиеся в нём аккаунты.

У социальной сети ВКонтакте имеется удобное API, с помощью которого можно упростить разработку всех трёх модулей. В случае других соцсетей, API которых скрыто от широкого круга разработчиков (например, instagram), следует использовать инструменты для парсинга и скраппинга.

Ниже представлен интерфейс программы для массфоллоуинга, разработанной мной (рис.1).

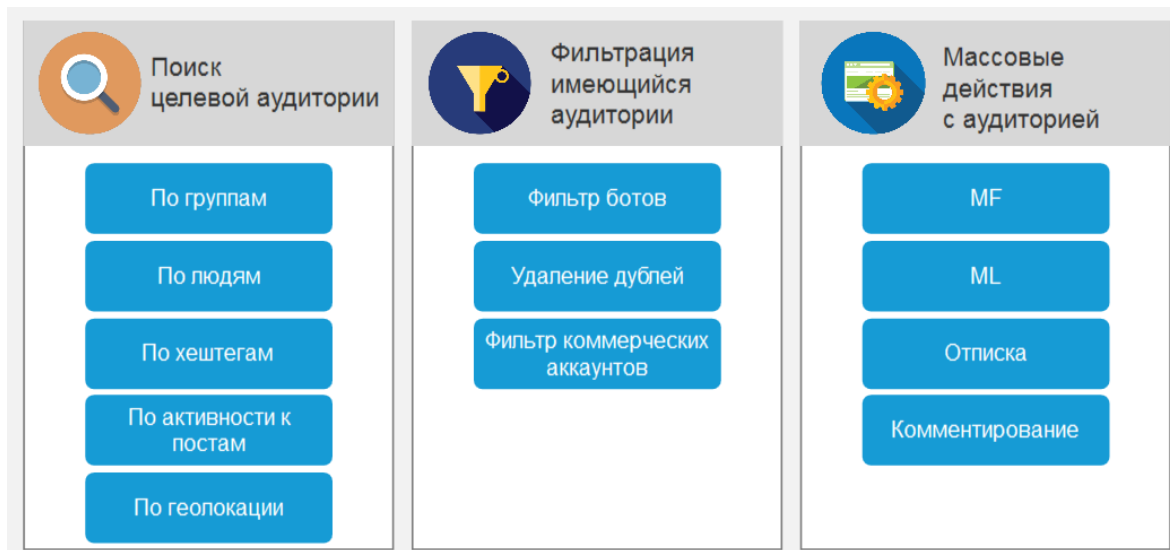


Рисунок 1 – Интерфейс программы для массфолловинга

В настоящее время программный продукт обладает возможностями, достаточными для автоматизации рутинных действий по массфолловингу. В дальнейшем планируется увеличение функциональности программы и ускорение её работы за счёт работы с партнёрскими прокси-аккаунтами.

Список литературы:

1. Церебро таргет URL: <http://церебро.рф/> (дата обращения: 13.03.2018).
2. Обзор сервисов масслайкинга и массфолловинга // Time to be online URL: <http://timetobeonline.ru/obzor-servisov-masslajkinga-i-massfolovinga/> (дата обращения: 13.03.2018).