

Н.В. Плеханов, 3 курсНаучный руководитель – **Ю.О. Тихоновская**, ассистент, м.э.н.**Полесский государственный университет**

Актуальность продвижения бухгалтерских услуг в социальных сетях имеет большую роль в настоящее время, так как все больше людей и компаний используют социальные сети для поиска информации и услуг. Кроме того, социальные сети позволяют бухгалтерам установить более тесный контакт с аудиторией и потенциальными клиентами, что может привести к увеличению числа заказов и улучшению имиджа компании.

Для любого бизнеса качественная бухгалтерия не менее важна, чем правильный менеджмент. Рынок бухгалтерских и юридических услуг консервативен: в первую очередь люди пытаются найти сотрудника по рекомендации, и лишь затем продолжают поиск в интернете. Поэтому очень важно уделять внимание грамотному продвижению в сети.

Кроме того, продвижение бухгалтерских услуг в социальных сетях может помочь улучшить имидж компании. Бухгалтеры могут использовать социальные сети для публикации полезной информации о налогах, бухгалтерском учете и других финансовых вопросах, что может улучшить репутацию и повысить авторитет страницы.

Проблемы продвижения бухгалтерских услуг в социальных сетях могут быть связаны с главными недостатками социальных сетей (таблица).

Таблица – Проблемы и пути решения бухгалтерских услуг

Проблемы продвижения	Пути решения
Понимание потенциальных клиентов, какие услуги предоставляет бухгалтер	Создание интересного и полезного контента, который будет привлекать внимание потенциальных клиентов. Это может быть информация о новых законах и изменениях в налоговом законодательстве, советы по ведению бухгалтерского учета, ответы на часто задаваемые вопросы
Отсутствие интересного контента	Больше фокусироваться на клиенте, что именно их интересует и какие услуги они ищут и регулярное обновление контента, чтобы поддерживать интерес и привлекать новых подписчиков
Неправильный выбор целевой группы	Перед тем, как входить в социальные сети, нужно узнать какие проблемы и интересы может решить и удовлетворит этот бухгалтер
Высокая конкуренция	Нужно выделить самый продуктивный метод конкуренции с точки зрения привлекательности для потребительских услуг
Ограничения возможностей рекламы	Больше фокусироваться на той социальной сети, которая разрешает продвижение бухгалтерских услуг
Недостаток подписчиков на странице	Привлечение подписчиков на страницу. Это можно сделать с помощью рекламы в социальных сетях, проведения конкурсов и акций, сотрудничества с другими компаниями и блогерами

Выводом из таблицы является то, что личный бренд – это не только правильно подобранная аватарка, фирменный стиль и интересный контент. Это еще и tone of voice, модель поведения в обществе, отношения к аудитории.

Социальная сеть – это прекрасная возможность рассказать свою историю, честно обсудить свои проблемы и провалы, поделиться ошибками. Это повышает лояльность клиентов и устанавливает с ними более тесную связь [1].

Некоторые социальные сети дают возможность загрузить на страницу услуги с описанием и ценами. Позволяют организовать онлайн-запись на консультации или обучение.

Наличие соцсети у бухгалтера-фрилансера повышает доступность аудитории к бухгалтерским услугам: невозможно быть онлайн постоянно, а блог функционирует и дает необходимую информацию в любое время суток.

В целом, продвижение бухгалтерских услуг в социальных сетях требует терпения и упорства, но при правильном подходе может привести к увеличению клиентской базы и улучшению репутации компании.

Таким образом, продвижение бухгалтерских услуг в социальных сетях помогает увеличить доходы из страницы в социальных сетях. Бухгалтера могут использовать социальные сети для рекламы своих услуг и привлечения новых клиентов. Они также могут использовать социальные сети для продвижения своих продуктов и услуг, таких как инфо-продукты и инфоповоды.

Продвижение бухгалтерских услуг в социальных сетях имеет большую актуальность и может помочь бухгалтеру привлечь новых клиентов, улучшить имидж компании и увеличить продажи и доходы.

Список использованных источников

1. Гамаюнов, Б.П. Маркетинг и продажа услуг: книга о правильной продаже и покупке услуг / Б.П. Гамаюнов, Г.Н. Дятлова. – Рн/Д: Феникс, 2010. – 413 с.