

УДК 339.1

**Людмила Малюта, Роман Довгошия**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **МАРКЕТИНГ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ – ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ**

**Ludmyla Malyuta, Roman Dovgoshyya**

### **SOCIAL MEDIA MARKETING – INNOVATIVE BUSINESS DEVELOPMENT TOOLS**

Згідно досліджень, які провела відома компанія Gemius, з'ясувалося, що в Україні кількість людей, що регулярно користуються мережею Інтернет, перевищує 13.8 млн. чол., а це близько 33 % населення країни. Україна входить до першої десятки країн Європи за кількістю інтернет-користувачів. Розвиток інтернету став однією з передумов розвитку такої галузі маркетингу як інтернет-маркетинг.

75 % інтернет-користувачів є активними відвідувачами соціальних мереж. В соціальних мережах люди проводять більшість свого часу. Аудиторія соціальних мереж Facebook, Twitter та YouTube – це найбільш платоспроможна, елітарна аудиторія, до котрої, як правило, немає доступу через інші, традиційні канали реклами. Тому одним із різновидів інтернет-маркетингу є – Social Media Marketing (Маркетинг в соціальних мережах, SMM). SMM – це створення привабливого контенту для соціальних мереж та просування його до цільової аудиторії бренду. Основними інструментами SMM є :створення сторінок компаній, проведення акцій, використання таргетової реклами і ін.

Створення сторінки компанії в соціальних мережах, фактично, знімає проблему залучення трафіку та створення контенту. Це робитимуть самі користувачі. Запускаючи механізми вірусного маркетингу, вони збільшуватимуть не лише трафік, але й кількість зовнішніх посилань на ресурс, що забезпечить його високий рейтинг у пошукових системах. Також це дає можливість компанії безпосередньо спілкуватися із своїми споживачами. Прикладом успішного ведення таких сторінок є провідні компанії світу: Coca-Cola“like”, якій поставили 40 млн. користувачів мережі facebook, сам ж facebook із цифрою більше 63 млн. вподобань та Walmart із 14 млн.

Таргетова реклама – це унікальна можливість виокремити ту цільову аудиторію, яка цікава для нас. Можливості вибору цільової аудиторії безмежні – вік, стать, вподобання, інтереси.

Отже, можна виділити такі переваги використання SMM:

- орієнтування (точність охоплення цільової аудиторії);
- доступність (24 години на добу, 7 днів на тиждень) і гнучкість (почати, коректувати і перервати рекламну компанію можна миттєво);
- інтерактивність: споживач може взаємодіяти з продавцем та з продуктом, вивчити його, іноді спробувати і, якщо підходить, - купити;
- можливість розміщення великої кількості інформації (включаючи графіку, звук, відео);
- оперативність розповсюдження і отримання інформації;
- порівняно низька вартість;
- простота в оцінці ефективності кампаній;
- теоретично необмежена аудиторія, яка до того ж, постійно зростає

Отже, он-лайн маркетинг за допомогою соціальних мереж поширюється дуже швидкими темпами. Він спонукає людей брати участь у різних значущих саме для них обговореннях, залишати у відкритому доступі персональні дані, що дозволяє краще вивчати потреби споживачів та налаштувати під них маркетингову стратегію.