

УДК 339.13

Мащак Анастасія

Mashchak Anastasiya

Науковий керівник: к.е.н., доцент Шпилик С.В.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ INSTAGRAM ДЛЯ
ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ**

USE OF INSTAGRAM SOCIAL NETWORK TO PROMOTE BUSINESS

На сучасному етапі розвитку технологій все більшої популярності набувають соціальні мережі – соціальні структури утворені індивідами або організаціями, а їх прослуги – інтерактивний веб-сайт з великою кількістю користувачів, контент якого наповнюється самими учасниками мережі. Процес залучення уваги до бренду чи продукту – ефективний спосіб залучення аудиторії на сайт за допомогою соціальних мереж, блогів, форумів, спільнот, це перспективний метод просування, що дозволяє спілкуватися з аудиторією безпосередньо, при цьому доступний за ціною.

Соціальні мережі – найпопулярніший вид дозвілля, тому реклама у них користується великою популярністю і її використовують підприємства для просування продукції. Це – найпотужніша платформа для реклами і просування, тому сьогодні актуальним є ведення бізнесу в Instagram – відносно молодий додаток для смартфонів, випущений у 2010 році. Оскільки Instagram із блискавичною швидкістю завоював гаджети всього світу, виникла ідея щодо реклами товарів і послуг, просування молодих брендів в мережі Instagram. Відтак, популярна соціальна мережа перетворилася в ефективний інструмент для просування бізнесу. В Instagram зареєстровані більше 100 мільйонів користувачів, що гарантує охоплення великої кількості потенційних покупців. Окрім цього додаток можна прив'язати до сторінки у

Facebook, одночасно викладаючи фото у двох соціальних мережах. Секрети просування бізнесу, якими користується все більше комерсантів у Instagram:

1. Ім'я облікового запису. Досить часто підприємці постять робоче фото з особистого облікового запису – це є найбільш розповсюджена помилка. Бажаного результату такий пост не дає, оскільки користувачі соціальної мережі не сприймають рекламу такого роду. Натомість, ім'я облікового запису має відображати головну ідею інтернет-магазину або повністю збігатися із назвою фірми. Прикладом правильного облікового запису є відомий тернопільський молокозавод - @molokiya.

2. Шапка профілю. Більш детальний опис товару або послуги. Шапка профілю може включати інформацію про ціни, умови доставки, акції, знижки, номер телефону, локацію, тобто будь-яку додаткову цінну для споживачів інформацію. Також шапка може містити посилання на веб-сайт, фірмовий слоган компанії, смайли, які підходять за кольоровою гамою та стилем. Кожну фразу слід починати з нового рядка, для того щоб споживачі візуально сприймали опис сторінки Instagram.

3. Хештеги – це функція, що дозволяє переглядати фотографії та відео з певною тематикою. Дозволяє користувачу швидко знайти потрібне фото, а підприємцю – прорекламувати свій товар аудиторії. За допомогою хештегів є можливість охопити значно більше цільової аудиторії, отже є ймовірність, що більше людей захоче купити товар або послугу.

4. Графік постингу. Потрібно викладати фото так, щоб користувачі весь час пам'ятали про компанію, але і не втомлювались від надлишку цих же фотографій. Грамотне формування постингу слугує найважливішим елементом стратегії просування бізнесу в Instagram.

5. Відео. Відеоролики краще викладати у неробочий час. На роботі чи навчанні люди лише переглядають фото, і лиш вдома переглядають відео.

6. Зворотній зв'язок. Дає клієнтові відчуття, що продавці з увагою ставляться до своєї аудиторії. Користувачі залишають свої коментарі,

рекомендації, задають питання. Відгук і коментар споживача (позитивний чи негативний), може спонукати інших споживачів до вибору даного бренду або ж навпаки відмови від нього. Обов'язково потрібно відповідати на питання, пояснювати незрозумілі моменти, вступати у діалоги. Так вони розуміють, що бізнес активно працює. Важливо і звернення до співрозмовника по імені. Вживайте значок @ перед його нікнеймом, і автору коментаря прийде автоматичне оповіщення про відповідь.

7. Акції, знижки, промо-коди. Завжди були і залишаються привабливими для споживачів.

8. Фотографії свят і робочих буднів компанії. Нехай у стрічці будуть не лише фото товарів чи послуг компанії. Знімки робочого процесу, офісу, корпоративу, а також виїзду фірми на спеціалізовані виставки, тренінги, зроблять сторінку інтернет-магазину насичену живими емоціями.

Велика кількість маркетологів зазнають невдач у спробах просування бренду в мережі Інтернет через те, що помилково вважають основною метою соціального медіа маркетингу стимулювання росту продажів товарів. Насправді метою такого виду маркетингу є зацікавлення споживача, створення позитивного іміджу бренда, позиціонування компанії, для якої першочерговим завданням є не отримання прибутку, а задоволення потреб споживачів, завоювання їх довіри та прихильності. Унікальність соціальних медіа полягає в тому, що вони дають можливість підприємству взаємодіяти безпосередньо зі споживачами, без нав'язливої дії традиційних маркетингових технологій.

Отже, використання соціальної мережі Instagram з метою ведення бізнесу є поширеним явищем. Застосування інструментів маркетингу дозволяє здійснювати процеси купівлі-продажу через Інтернет, охоплювати цільову аудиторію, аналізувати ринок, успішно вести бізнес.