

УДК 339.13

Бучинський В., Піняк І. Л.

Buchynsky V., Pinyak I. L.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ЦІЛІ МАРКЕТИНГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА THE MAIN GOALS OF SOCIAL MEDIA MARKETING

Стратегія маркетингу соціальних медіа чи інтернет-маркетингу передбачає поетапну роботу, яка складається з визначення потреб вашої цільової аудиторії, створення та просування цифрового контенту, залучення відвідувачів до активних процесів придбання. Залучення є ключовим показником ефективності сучасного цифрового маркетингу. Цей елемент показує ступінь зацікавленості користувачів вашого веб-сайту і, зрештою, визначає успіх комерційного підприємства. Крім того, він також є показником маркетингового потенціалу облікового запису блогу або соціальних медіа людини, аудиторія яких представляє цільову аудиторію конкретного бізнесу, і тому вона стає придатною платформою для просування. Знання, хто такі ваші потенційні клієнти – запорука успіху, оскільки лише в цьому випадку можна збільшити ресурс конверсії та прибуток.

Інтернет-реклама – це основний інструмент просування товарів через соціальні мережі. Безпосередні учасники веб-сайтів чи блогів займають неформальне місце в комфортному середовищі та поглинають величезну кількість інформації, включаючи маркетинговий контент, який вважається надійним, оскільки він надходить від друзів чи соціально впливових осіб.

Основні цілі маркетингу в соціальних медіа можуть бути такими:

- Збільшення трафіку веб-сайту / розширення клієнтської бази. Якщо сформулювати чіткіше її з огляду на головну мету бізнесу, що займається маркетингом соціальних медіа, – це залучити більше клієнтів з різних

джерел. Чим більше людей збираються відвідувати ваш веб-сайт або веб-сторінку, тим більше шансів збільшити продажі, оскільки принаймні частина з них стане вашими клієнтами.

- запуск, просування та впровадження нових послуг та товарів. У сценарії, коли компанія вирішує проводити стратегію розвитку продукту, соціальні медіа є безмежною платформою для просування товару / послуги.

- Підвищення поінформованості про бренд – за допомогою цифрового маркетингу можна легко отримати доступ до широкої аудиторії користувачів Інтернету різних національностей, вікових груп та соціальних класів. Тому для малих та середніх підприємств це може бути плідною платформою для підвищення обізнаності громадськості про компанію, не вкладаючи в неї значних коштів.

- Поліпшення іміджу компанії. Соціальні медіа надають кожному можливість створити враження або образ, який бажаний для них, за допомогою широкого розташування інструментів та послуг

- Збір інформації про потреби цільової аудиторії та цінні пререференції. Як було сказано вище, соціальні медіа – це майданчики, де люди свідомо діляться своїми перевагами та бажаннями зі своїми друзями і знайомими, водночас відкриваючи цю інформацію маркетологам. Пізніше цю інформацію ми зможемо використати для структурованого аналізу та визначення стратегії привабливості товару та цін.

- Залучення у довгострокові відносини з клієнтами. Люди - соціальні істоти, і тому вони люблять спілкуватися з іншими. Ще більше їм подобається вести діалог із виробником товарів, що створює переваги для обох учасників комунікації: дає виробнику можливість безпосередньо слідувати бажанням своїх клієнтів та збирати відгуки від них, в той час як замовники мають можливість безпосередньо впливати на товар і налаштовувати його, коригуючи його відповідно до своїх потреби.