

СЕКЦІЯ
**РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВИХ ІННОВАЦІЙ ЯК ФАКТОР
ЕКОНОМІЧНОГО ПРОРИВУ**

УДК 339.13

Ірина Біліца

Iryna Bilitsa

Науковий керівник – к.е.н., доцент Оксентюк Б.А.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ПРОСУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ЯК ВИД ІНТЕРНЕТ-

РЕКЛАМИ

PROMOTION IN SOCIAL NETWORKS AS A KIND OF INTERNET

ADVERTISING

На сьогоднішній день більшість людей не можуть уявити свого життя без спілкування в соціальних мережах. Раніше значний інформаційний вплив на Інтернет-користувачів мали переважно офіційні сайти компаній або організацій чи великі портали з новинами, зараз ця першість перейшла до соціальних мереж. Вони надають все нові і нові можливості користувачам Інтернету. Це призвело до появи і активного розвитку такого виду Інтернет-реклами як просування в соціальних мережах (SMM).

SMM – це комплекс заходів спрямованих на просування у соціальних мережах, на форумах, порталах тощо, певного підприємства, сайту або продукту щоб залучити нових споживачів, відвідувачів сайту, підвищити популярність і впізнаванність бізнесу, бренду, товарів або послуг, а як відомо розкрутка сайту в соціальних мережах сприяє підвищенню довіри до бренду, що в кінцевому результаті призводить до збільшення об'єму збуту. Після створення великих міжнародних соціальних мереж як Facebook, Twitter ефективним у використанні став SMM.

Існує чимало методів, які використовують для реклами в соціальних мережах. Основними з них є: 1) просування через створення власних груп. Деякі соціальні мережі дають можливість компаніям створити свій аккаунт, через нього можна підтримувати зв'язок з клієнтами, викладати цікаву інформацію, проводити розіграші призів, конкурси, робити опитування, слідкувати за коментарями, що їх залишають споживачі, що в свою чергу дозволяє боротися з негативними відгуками. Потрібно постійно підтримувати роботу сторінки (забезпечувати постійне контентне наповнення) для залучення нових відвідувачів; 2) просування через публікації в популярних спільнотах. Багато пошукових систем та соціальних мереж надають можливість іншим компаніям публікувати рекламу на своїх платформах. Ця реклама вважається найбільш ефективною; 3) прихована реклама в соціальних мережах. Неформальне розміщення реклами. Цей вид реклами не нав'язує, а рекомендує на основі власного досвіду. Передається користувачами соціальних мереж одному від іншого. Прихована реклама, головним чином, відрізняється від традиційної тим, що швидко мімікрує, тобто підлаштовується під зміни.

На нашу думку, перевагами реклами в соціальних мережах є: можливість відбору цільової аудиторії з точним таргетингом, тобто механізмом, що дозволяє з загальної маси виділити цільову аудиторію за певним критерієм; постійна підтримка контактів з потенційними клієнтами; інформування потенційних клієнтів про нові пропозиції компанії; постійне збільшення числа підписників спільноти; збільшення впізнаваності бренду і прихильності споживачів до нього.

Отже, SMM є надзвичайно ефективним інструментом для просування бізнесу, який не вимагає великих фінансових витрат, проте якісне обслуговування власної сторінки потребує контролю і затрат часу. Реклама в соціальних мережах в більшості випадків широко охоплює аудиторію, цілеспрямована, і дає високий відгук відповідно має потужний потенціал.