

УДК 339.138

Свергун Микола

Sverhun Mykola

Науковий керівник: к.е.н., доцент Краузе О.І.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

SMM-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ПРОДУКТУ

ПІДПРИЄМСТВА

SMM-MARKETING AS A TOOL OF PRODUCT PROMOTION OF

ENTERPRISES

Інтернет маркетинг – це маркетинг товарів або послуг, який передбачає використання цифрових технологій, зазвичай в інтернеті, який також включає смартфони, медійну рекламу і будь-які інші цифрові носії.

Одним з найефективніших інструментів інтернет-маркетингу є SMM або маркетинг у соціальних мережах.

Соціальний медіа маркетинг – особливий інструмент Інтернет-маркетингу, що передбачає просування продукту, послуги, компанії чи бренда за рахунок використання соціальних медіа, контент яких створюється та оновлюється зусиллями їх відвідувачів [1, с. 87].

До соціальних медіа належать: соціальні мережі (наприклад, Facebook); блоги та мікроблоги (Twitter та ін.); фото- та відеосервіси (Instagram, YouTube та ін.); веб-форуми, підкасти, геосоціальні мережі та інше. В сучасному світі існує велика кількість соціальних мереж, проте для ефективного маркетингу в Інтернеті необхідна ефективна і перевірена SMM-стратегія.

Даний інструмент маркетингу є достатньо легким у використанні. Соціальні мережі дозволяють легко і швидко знайти людей залежно від інтересів, віку та інших параметрів, створювати групи та інформувати потенційних споживачів про різні новинки. Реклама в соціальних мережах

зазвичай не настільки нав'язлива, як на інших ресурсах і орієнтована на цільову аудиторію, яку підбирають за великою кількістю параметрів.

SMM є особливо популярним серед малого і середнього бізнесу. Для підприємств такий вид маркетингу є одночасно рекламою товарів і послуг і сам процес продажу. Сьогодні інтернет-маркетинг найчастіше зустрічається в таких мережах: Facebook, Instagram, Viber та ін. завдяки можливості безпосередньо спілкуватися з клієнтом.

До переваг SMM відносять:

- підвищення продаж;
- залучення нових клієнтів;
- розвиток бізнесу;
- зменшення витрат на маркетинг;
- підвищення рейтингу в пошукових системах;
- формування лояльності цільової аудиторії;
- можливість виходу на міжнародний ринок.

Проте існують також і недоліки маркетингу в соціальних мережах. До таких належать: недостатність захисту особистої інформації, неврегульованість законодавством питань онлайн-контенту. Через неправильний вибір контенту можлива втрата прихильності клієнтів.

Отже, ефективна реалізація стратегії SMM є важливим фактором успішного просування бренду, товару чи компанії з метою залучення більшої кількості клієнтів, розширення цільової аудиторії, розроблення, покращення та захист репутації компанії шляхом створення лояльності споживачів до бренду.

Перелік посилань:

1. Грищенко О. Ф., Нешева А. Д. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. №4. С. 86-98.