

УДК 339

**Івасик Катерина**

**Ivasyk Kateryna**

Науковий керівник: к.е.н., доцент І.Л. Піняк

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СОЦМЕРЕЖАХ**

### **STRATEGIC PLANNING OF MARKETING ACTIVITIES IN SOCIAL NETWORKS**

У зв'язку з світовою глобалізацією все більше користувачів з'являється в мережі Інтернет. Ще недавно вони здійснювали покупки через інтернет-крамниці, які знаходилися на певних веб-сайтах. На сьогоднішній день підприємці почали вести свій бізнес і в соцмережах. Для просування бізнесу в соціальних мережах потрібно використовувати інструменти маркетингу, такі як: контекстна реклама; SMM (просування в соціальних мережах); Контент-маркетинг; E-mail маркетинг.

Інтернет-маркетинг неможливий без використання контекстної реклами. Це різновид реклами, орієнтований на зміст сайту. При налаштуваннях такої реклами обирається: ціль рекламної кампанії, стратегія, бюджет, тип рекламних оголошень, місцеположення для показу оголошень та інші параметри. Контекстна реклама досить затратна, проте їй під силу значно збільшити трафік на сайт за короткий час.

Просування в соціальних мережах (SMM – Social Media Marketing) дуже ефективно може розвинути бізнес, якщо при використанні його інструментів тактика комунікації відповідає цільовій аудиторії продавця. SMM просування допомагає вести бізнес-сторінки у різних соціальних мережах (Facebook, Instagram та інших), комунікувати із цільовою аудиторією, позитивно впливати на її думку про бренд.

Контент-маркетинг забезпечує якісне наповнення сайту відповідно до його галузі та інтересів цільової аудиторії. Цікаві новини, публікації блогу, інфографіка тощо – все це відноситься до контенту. Чітка стратегія, цікавий контент та періодичність публікацій – все це забезпечить ефективне просування за допомогою контент-маркетингу.

E-mail-розсилки дозволяють отримувати довготривалі відносини із своїми клієнтами чи потенційними, “підігрівати” їх інтерес до продукту[1].

Для успішної діяльності в сучасних економічних системах підприємству необхідно будувати ефективну комунікаційну стратегію та невинно її коригувати в залежності від результатів. Реалізація цього завдання без використання соціальних мереж є неможливою. Саме соціальні мережі дозволяють краще розуміти інтереси цільової аудиторії, її потреби, бажання, наміри, мотиви, амбіції, страхи тощо. Стратегічне цілепокладання з використанням соціальних мереж допомагає отримувати необхідну інформацію про власну компанію та потенційних конкурентів, формувати переконливий образ (бренд) пропонованої продукції, пробуджувати зацікавленість не лише цільової, а й суміжних соціальних груп, відстежувати основні тренди, бачити зміни в активності рекламних кампаній, вирішувати інші завдання ринкової економіки [2].

### **Перелік посилань**

- 1). 5 інструментів інтернет-маркетингу, про які повинен знати кожен власник бізнесу [електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.itk-agency.com/5-instrumentiv-internet-marketyngu/>
- 2). Божкова В. Стратегічне планування маркетингових комунікацій інноваційної продукції промислових Підприємств: Сумський державний університет, 2011. — С. 40 [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://Essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/22236/1/Diss.pdf>