

УДК 339.13

Дякун Юлія

Dyakun Julia

Науковий керівник: к.е.н., доцент С. Б. Семенюк

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

МАРКЕТИНГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

SOCIAL MEDIA MARKETING

Ні для кого не секрет, що соціальні мережі захопили наше сьогоднішнє. Зараз мало хто розміщує рекламу на білбордах, чи створює телевізійну рекламу, адже це не вигідно. Більшість аудиторії, а отже потенційних покупців, активно користуються соціальними мережами. Там вони спілкуються, роблять покупки, працюють та розважаються. Тому маркетологам варто використовувати такий інструмент Інтернет маркетингу як маркетинг в соціальних мережах (SMM).

Варто зазначити, що SMM - це комплекс заходів щодо використання соціальних медіа як каналів для просування компаній та вирішення інших бізнес-завдань, а отже і розміщення реклами. Цей вид маркетингу нещодавно появився на ринку і зникне напевно тільки з Інтернетом, а це, як ми розуміємо, не станеться. Переглянувши рейтинг найуспішніших соціальних мереж, то можна виявити що Facebook, YouTube, Instagram є найпопулярнішими з усіх. Ними користуються не тільки підлітки, а і дорослі. Ось чому компанії заповнили ці платформи.

Соціальні мережі є дуже вигідними та зручними для компаній. Вони дають можливість напряму взаємодіяти з покупцем, без нав'язливої дії традиційних маркетингових технологій. Як і будь-що, SMM має свої переваги та недоліки. До переваг віднесемо: 1) довіра з боку користувачів, адже вони не будуть ставитись до реклами як до нав'язливої. Сучасний світ перенасичений рекламою. Ми її бачимо повсюди. Здається що вона

нас переслідує, а SMM робить цю рекламу не помітною, що користувач навіть не підозрює, що там вона присутня; 2) використання SMM – це можливість охопити велику аудиторію, адже люди користуються цією соціальною мережею не тільки в одній країні, а по всьому світі; 3) взаємодія з покупцем, оскільки завдяки зв'язку з користувачами можна негайно реагувати на їхні побажання, та зауваження, піднімаючи активність; 4) не висока вартість рекламного контенту порівняно з іншими.

Окрім переваг, SMM має ще й недоліки, але на наш погляд їм можна запобігти, якщо дотримуватись відповідних порад. Необхідно часто публікувати пости з інформацією, щоб підтримувати аудиторію, на що ж піде не мало часу. Необхідно блог вести коректно, адже достатньо буде зробити декілька помилок, чи неточностей, щоб втратити репутацію. А також недоліком є висока конкуренція, з якою потрібно буде боротись. Але, на наш погляд, SMM має більше важливих переваг, ніж недоліків, і є легким у використанні та просуванні бізнесу.

Основними обов'язками SMM-фахівця є регулярне наповнення сторінки, тобто публікація відповідних постів, які б зацікавили потенційного клієнта, а також складання відповідної стратегії просування, постійне відстежування статистики, щоб знати чим цікавляться споживачі та на що зараз попит.

Отже, SMM – це найпопулярніший та найзручніший маркетинговий інструмент, який зараз зазнає сьогодні успіху і приносить не малий прибуток компаніям разом з активною аудиторією. Ми вважаємо, що SMM у майбутньому стане дуже популярний для компаній, адже технології йдуть вперед, і нових соціальних мереж стане все більше. Люди вже не будуть робити покупки в торгових центрах, витрачаючи чимало часу на це.