

Тхорук Ю.С., магістр
Київський національний
університет технологій та дизайну
Біловодська О.А., д.е.н., проф.
Київський національний
університет технологій та дизайну

ВИВЧЕННЯ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР ЕФЕКТИВНОСТІ SMM-ПРОСУВАННЯ²

Соціальні мережі за останні декілька років стали повноцінною платформою для просування бізнесу, що мають величезний функціонал для ефективного та точного донесення до цільової аудиторії інформації про компанію, продажі товарів чи послуг тощо. Більше того сформувався новий вид маркетингу, що спеціалізується на просуванні та веденні бізнесу у соціальних мережах — SMM (Social Media Marketing). Станом на 2020 рік загальна кількість зареєстрованих користувачів у різних соціальних мережах нараховує близько 3,5 мільярди людей по всьому світу, що становить більше третини від загальної кількості населення планети. І ця цифра постійно збільшується [1].

В Україні на сьогоднішній день соціальні мережі Instagram, Telegram та Facebook є найпопулярнішими, і більшість видів бізнесу просуваються саме на цих платформах. При цьому кожна з них ідеально підходить для просування, має автоматизовані інструменти, можливість обміну зображеннями, текстами відео. Основна відмінність – аудиторія, за наявності якої ми власне і обираємо певну соціальну мережу для просування.

Цільова аудиторія (ЦА), як відомо, – це група споживачів, на яку спрямоване просування (реклама, особистий продаж, стимулювання збуту, пропаганда). Від правильного визначення цільової аудиторії залежить як стратегія, так і ефективність просування товару чи послуги. У кожній соціальній мережі різна цільова аудиторія, яка показана у таблиці (табл. 1).

² Публікація містить результати досліджень, проведених за ініціативною науково-дослідною роботою «Маркетингові та логістичні механізми управління інноваційним розвитком суб'єктів господарювання» (0120U104616).

Характеристика соціальних мереж

Параметр цільової аудиторії	Соціальна мережа		
	Telegram	Instagram	Facebook
Вік	15-55 років	13-30 років	30-60 років
Стать	чоловіки та жінки	чоловіки та жінки	чоловіки та жінки
Територія покриття	країни СНД, в Росії через VPN-підключення	весь світ, у Китаї через VPN-підключення	весь світ, у Китаї, Єгипті, Ірані через VPN-підключення
Унікальність використання соціальної мережі	як месенджер, користувачі підписуються на різні спільноти, особливо новини, культури, новинки, музику	розповсюдження фото та відео	спілкування, розповсюдження фото та відео, новин, товарів
Найбільш характерні товари для просування	техніка, різні товари по дропшипінгу тощо.	косметика, одяг взуття, різні подарункові бокси, і т.д.	одяг, товари для дітей, товари для дому, огороду і т.д.

Джерело: побудовано авторами

Грамотне вивчення цільової аудиторії є основою успішної SMM-кампанії. Важливим елементом вивчення цільової аудиторії є її сегментування, оскільки широка цільова аудиторія не є носієм однакових потреб та інтересів. Тому сегментування дозволить створити більш індивідуальні та цілеспрямовані повідомлення для кожної з груп, поліпшуючи якість SMM-просування.

Чітко визначивши ЦА, можна налаштувати таргетовану рекламу, задавши чіткі параметри, які відповідають під цільову аудиторію. Незнання цільової аудиторії може привести до провалу рекламної кампанії, компанія залишається без збільшення прибутку і обсягів продажів, а також може привести до втрати певної суми коштів закладеної до бюджету на рекламу.

Література

1. Вся статистика Інтернета на 2019 год в мире и в России. URL: <https://www.webcanape.ru/business/vsya-statistika-interneta-na-2019-god-v-mire-i-v-rossii>. (Дата звернення: 18.03.2020 р.)