

**ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ**

Студ. Федик А.Р.  
Наук. керівник доц. Люльчак З.С.  
Національний Університет «Львівська політехніка»

Social Media Marketing – це ефективний інструмент, за допомогою якого відвідувачі залучаються на сайти соціальних мереж, спільнот, блогів, щоденників і форумів [1, с.53]. Соціальний маркетинг відноситься до засобів нестандартного просування і на сьогоднішній день є найбільш перспективним. Він затребуваний як компаніями малого та середнього бізнесу, так і великими світовими брендами, які його використовують для власного просування і налагодження контакту зі своїми споживачами [2, с.127].

Враховуючи той факт, що інтернет-аудиторія зростає та компанії з різних галузей усвідомлюють привабливість даного медіа каналу, ринок інтернет-маркетингу, а разом з тим і social media marketing, продемонструє значне зростання в найближчі роки. Дана тенденція обумовлена тим, що, по-перше, використання традиційних комунікаційних каналів у поєднанні з потенціалом цифрових медіа допомагає реалізувати концепцію інтегрованих маркетингових комунікацій підприємства, оптимізувати маркетингові програми і підвищити ефективність комунікаційних заходів, а, по-друге, завдання формування іміджу компанії потребуватиме набагато менше маркетингових зусиль і капіталовкладень. Але, розміщуючи публікації, потрібно правильно вибирати сторінки. Наприклад, ефективною може бути реклама в спільнотах, тематика яких безпосередньо пов'язана з товаром, послугою, брендом. Також важливим є врахування розташування підприємства: для просування локальної компанії англомовна аудиторія не буде цільовою.

Ще однією особливістю реклами в соціальних мережах є те, що багато користувачів, які їх відвідують, під час спілкування перебувають в психологічно-комфортному стані, що формує сприятливі умови для розвіювання прихованих рекламних меседжів. Прихована реклама в соціальних медіа рекомендує на основі власного досвіду, а не нав'язує, а хто не прислухається до рекомендацій, хоч і віртуальних, але ж друзів? Як тільки користувач отримає можливість обговорити подану приховану інтернет-рекламу в соцмережах, він сам стає її носієм, і, при бажанні і можливості передасть її іншим. Відповідно, при правильному «розвіюванні» інформації в соціальних мережах інформація розпочинає «вірусним» чином сама розповсюджуватися.

Порівняно з традиційною, реклама в соціальній мережі набагато ефективніша, оскільки не тільки рекламує ваш товар, бренд чи послугу, а і в деталях повідомляє ваші конкурентні переваги. При цьому саме ця реклама дозволяє індивідуальне звернення до кожного користувача мережі, що суттєво зменшує затрати і збільшує ефект рекламування бренду. Маркетинг в соціальних мережах також впливає на рівень репутації компанії, адже якщо ви є в Інтернеті, значить ви сучасні і проваджуєте інформаційні технології у свою діяльність. До того ж, через інтернет-рекламу можна відслідковувати реакцію на вашу продукцію інтернет-користувачів проаналізувавши їх відгуки та коментарі.

Отже, реклама в соціальних мережах дає в більшості випадків широке охоплення аудиторії, високу цільову спрямованість і високий відгук, а тому має дуже потужний потенціал і сприяє просуванню товарів та послуг підприємства на ринку.

1. Язвінська, Н. Маркетингова веб-стратегія підприємства – данина моді чи вимога сучасності? / Н. Язвінська, Я. Касперович // Маркетинг в Україні. – 2011. – № 2. – С. 51-54 .
2. Башинська І. Теоретичні основи розробки та комерціалізації механізму просування на ринок нових товарів виробничих підприємств: монографія / І.О. Башинська, Н.С. Поповенко. – Донецьк: Вид-во «Ноулідж», 2012. – 190 с.