

## **СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ТА ВІДЕОМАРКЕТИНГ ЯК СУЧАСНУ ІНФОРМАЦІЙНУ ТЕХНОЛОГІЮ У МАРКЕТИНГУ**

Соціальні медіа та відеомаркетинг є надзвичайно важливими інструментами у сучасному маркетингу. Соціальні медіа дозволяють компаніям збільшити свою онлайн-присутність, залучити більше клієнтів та підвищити свій бренд.

Відеомаркетинг, своєю чергою, дозволяє компаніям створювати відеоролики, які можуть бути використані для просування продукту або послуги. Відеоролики можуть бути опубліковані на різних платформах, таких як Google, на сайтах партнерів, мереж YouTube, Display & Video – банери, інтерактивні банери, анімація та відео та інші. [1]

Один з головних плюсів використання відеомаркетингу полягає в тому, що відеоролики здатні залучити більше уваги в порівнянні з текстовими або графічними постами. Крім того, відео може ефективно передавати емоції та враження, що може бути корисним для продажу продукту або послуги.

У соціальних медіа, компанії можуть створювати свої сторінки та спілкуватися зі своїми клієнтами, публікуючи новини, акції, огляди та іншу інформацію, яка може бути корисною для аудиторії. Крім того, вони можуть використовувати соціальні медіа для співпраці з відомими інфлюенсерами, які можуть допомогти збільшити свою аудиторію. [2]

Крім того, важливо використовувати аналітичні інструменти для відстеження результатів використання соціальних медіа та відеомаркетингу, такі як кількість переглядів, лайків, коментарів, вподобань тощо. Це допоможе компанії визначити ефективність своєї стратегії та внести необхідні зміни. [3]

Нарешті, важливо пам'ятати, що соціальні медіа та відеомаркетинг – це не магічний інструмент, який забезпечить миттєвий успіх. Вони є частиною комплексної стратегії маркетингу, яка містить також інші інструменти та методи, такі як електронна пошта, контекстна реклама, SEO-оптимізація та інші.

Соціальні медіа та відеомаркетинг можуть бути потужними інструментами у маркетингу, якщо їх правильно використовувати. Вони дозволяють компаніям залучати більше уваги та збільшувати свою аудиторію, підвищувати впізнаваність свого бренду та збільшувати конверсії.

Застосування соціальних медіа та відеомаркетингу в маркетингових стратегіях дозволяє компаніям збільшити свою присутність в Інтернеті та на платформах соціальних медіа. Це дозволяє компаніям бути ближче до своєї аудиторії та взаємодіяти з нею. Компанії можуть створювати різні типи контенту для своїх аудиторій, такі як відеоогляди, відеоісторії, фотографії, цікаві статті та інші.

Відеомаркетинг може бути особливо ефективним, оскільки відео – це формат, який здатен затримати увагу глядача на довший час та ефективно

комунікувати інформацію. Компанії можуть створювати різноманітні відео-ролики, такі як відеоінструкції, відеоогляди продуктів, відеопрезентації, відеореклами та багато іншого.

Однак, для того, щоб використання соціальних медіа та відеомаркетингу було ефективним, необхідно розуміти свою аудиторію та її потреби. Не всі соціальні мережі іноді підходять для різних бізнесів, тому необхідно знати, яку соціальну мережу вибрати для свого бізнесу, залежно від цільової аудиторії. Наприклад, Instagram може бути кращою платформою для компаній, які продають візуальні продукти, такі як мода, косметика та їжа, тоді як LinkedIn може бути більш відповідною для бізнес-компаній. [4]

Крім того, важливо розуміти, що використання соціальних медіа та відеомаркетингу повинно бути частиною ширшої маркетингової стратегії. Це означає, що компанії повинні враховувати інші аспекти маркетингу, такі як контентмаркетинг, SEO та інтернетреклама, щоб досягти успіху в Інтернеті.

У підсумку, соціальні медіа та відеомаркетинг є важливими інформаційними технологіями в маркетингу, які дозволяють компаніям бути більш близькими до своєї аудиторії та взаємодіяти з нею.

#### **Перелік використаних джерел:**

1. PPC (контекстна) реклама. [Електронний ресурс] URL: <https://koalamasters.com/ua/services/ppc-ads/> (Останній доступ 13.03.2022).
2. Buss A, Strauss N. *Online Communities Handbook: Building Your Business and Brand on the Web*. Berkeley, CA: New Riders; 2009.
3. Вертайм, К. *Цифровий маркетинг. Як збільшити продажі за допомогою соціальних мереж, блогів, вікі-ресурсів, мобільних телефонів та інших сучасних технологій: пров. з англ. / Кент Вертайм, Ян Фенвік. – М.: Альпіна Паблішер: Юрайт, 2010. – 374 с.*
4. Thornley Joseph. *What is «social media?»* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://propr.ca/2008/what-is-social-media/> (Останній доступ 13.03.2022).

*Хропонюк Дар'я*

Західноукраїнський національний університет  
м. Тернопіль

*Длугопольський Олександр*

д.е.н., проф., професор кафедри економіки та економічної теорії  
Західноукраїнський національний університет  
м. Тернопіль

## **БІБЛІОМЕТРИЧНИЙ АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАХОВОГО РИНКУ: ПРИКЛАД ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ VOSVIEWER**

Значна кількість наукових публікацій в різноманітних базах даних присвячена розвитку страхового ринку. Як видно з рис. 1, увага до цієї теми посилилась саме після глобальної світової кризи 2008 р.