

Вовнянка Софія
студентка групи МАРК-41
Західноукраїнський національний університет
Науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри маркетингу Іванечко Н.Р.

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОДАЖУ: МОЖЛИВОСТІ ТА ЗАГРОЗИ

Соціальні мережі трансформували взаємодію і спілкування людей у всьому світі. Вони є дуже популярними і стали щоденною практикою в житті багатьох людей, адже зробили значний вплив на життя кожного з нас. Однак соціальні мережі - це не тільки інструмент для комунікації та розваг, а також вони є важливим інструментом для просування і маркетингових стратегій у бізнесі і продажах.

Соціальні мережі постійно розвиваються, і тому з кожним днем їх вплив на бізнес стратегії та продажі збільшується. Їх використовують як джерело інформації та поширення знань, що змінюють погляди та думки людей. Вони належать до дуже важливих тактик бізнес-маркетингу та допомагають створювати нові можливості для підприємств, розвивати сильнішу позицію на ринку або змінювати поведінку споживача. Саме тому соцмережі з кожним днем набирають популярності і все частіше використовуються в бізнес стратегіях більшості компаній.

Існують різні види соціальних мереж, які задовольняють різні потреби та розміщують різні типи контенту. Знання різних типів соціальних мереж є важливим і ключовим моментом для встановлення зв'язку з потрібною аудиторією, адже деякі платформи соціальних мереж мають більше активних користувачів щодня та щомісяця, ніж інші.

Соцмережі зараз активно використовуються різними компаніями та маркетингологами, щоб охопити потрібну аудиторію та продавати свої продукти та послуги. Основним фактором, який розрізняє різні типи соціальних мереж, є тип контенту, який у них публікується.

Платформи соціальних медіа мають велику базу користувачів, що робить їх потенційним “скарбом” для бізнесів, які бажають просувати свої продукти та послуги. Існують різні типи соціальних мереж, а користуючись усіма можливостями цих платформ, компанії можуть не тільки охопити бажану аудиторію, але й досягти своїх бізнес-цілей.

Просування бізнесу в соціальних мережах може приносити різні результати. Вони залежать, в першу чергу від того, чи доречно обирати саме соціальні мережі як інструмент просування для даного продукту або послуги, а також – наскільки повно і правильно бізнес використовує можливості конкретних соціальних мереж, розуміє алгоритми їх роботи та особливості ЦА.

Соціальні мережі мають свої переваги і недоліки, які необхідно знати і враховувати при плануванні і здійсненні рекламної кампанії. Серед привабливих сторін таких платформ варто виділити такі: довіра з боку клієнта: відкритий доступ профілю в соцмережі підвищує рівень довіри до своєї

продукції, та за рахунок цього збільшує продажі; використання таргетової реклами дозволяє визначити цільову аудиторію, через яку можна залучати нових клієнтів; проведення акцій, конкурсів, які зацікавлюють аудиторію; є можливість створювати ділові зв'язки з співучасниками; свобода доступу: працювати можна з будь-якої точки світу; мінімальні затрати на старт проекту; прибуток тільки збільшується з правильно підбраною аудиторією та потрібною продукцією; зручність замовлення товарів навіть з інших міст та країн за допомогою служби доставки, якщо продукції немає у вільному доступі; посилюється лояльність, імідж та репутація компанії; бренд стає пізнавальним.

Разом з цим існують деякі обмеження і особливості соціальних мереж, які слід враховувати для об'єктивної оцінки перспектив просування, а саме:

- соціальні медіа ставлять під загрозу безпеку даних;
- непродуктивні витрати робочого часу;
- ризик використання соцмереж як засобу поширення шкідливого контенту;
- ризик використання соціальних мереж як засобу для збирання даних про клієнтів.

Підсумовуючи усе вище сказане, можна дійти висновку, що маркетинг у соцмережах пропонує компаніям доступний і ефективний спосіб зв'язку зі своєю цільовою аудиторією. Можливість охопити широку аудиторію та використання таргетової реклами – це лише деякі з багатьох переваг маркетингу та продажу в соціальних мережах. Однак компанії також повинні знати про потенційні загрози. Ретельно враховуючи ці переваги та загрози, підприємства можуть створити ефективну маркетингову стратегію у соцмережах, яка максимізує переваги та мінімізує ризики. Зрештою, маркетинг у соціальних мережах може бути потужним інструментом для компаній, щоб підвищити впізнаваність бренду, налагодити відносини з клієнтами та покращити прибутки.

Список використаних джерел:

1. Похилько С.В., Єременко А.Ю. Соціальні мережі як майданчик для створення та розвитку бізнес-проектів. 2020. № 3. Вісник СумДУ. Серія «Економіка». С. 130-139. URL: https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/3_2020/14.pdf.

2. Соціальні мережі для бізнесу – використовуємо правильно! / червень, 2018. URL: <https://webprofit.com.ua/sotsialni-merezhi-dlya-biznesu/>.

3. Вісім найкращих сайтів соціальних медіа, яким варто віддати перевагу у 2023 році / Adobe Express, 2022. URL: <https://www.adobe.com/express/learn/blog/top-social-media-sites#instagram>.

4. Семененко К.Ю., Юрченко В.І., Скригун Н.П. Маркетингова діяльність в соціальних мережах “Facebook” та “Instagram”. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2019. № 2, т. 30. С. 164-168. URL: https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/30_69_2/33.pdf.