

ОСОБЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ В INSTAGRAM

Тимчур Г.М.

Науковий керівник – Н.М. Бабко, доцент

Харківський національний технічний університет сільського господарства

імені Петра Василенка. 61002, Харків, Алчевських, 44,

кафедра Маркетингу та медіа комунікацій

тел. (097) 332-45-13, E-mail: departofmarketing@gmail.com

На сьогоднішній день Instagram є другою за популярністю соціальною мережею в Україні після Facebook. Instagram-аудиторія зросла на 0,5 млн за останні півроку до 11,5 млн чоловік [1]. Така ситуація спонукала велику кількість компаній використовувати рекламу в Instagram, так як даний інструмент є надзвичайно ефективним для залучення цільової аудиторії. Але слід зазначити, що крім покупок і продажів, Instagram є величезним майданчиком, який можна використовувати як платформу для добрих справ.

Соціальна реклама спрямована не на отримання прибутку, а на залучення уваги соціуму до особливо гострих проблем моралі (допомога хворим, захист тварин і т. ін.). Особливості соціальної реклами в Instagram безпосередньо пов'язані з оформленням і розміщенням рекламного повідомлення в самій соціальній мережі, так як саме від цього залежить ефективність реклами [2].

Отже, на нашу думку, особливостями розміщення соціальної реклами в соціальній мережі Instagram, є:

1. Соціальна мережа побудована на принципі обміну фотографіями і відеозаписами, тому при створенні ефективної соціальної реклами важливо врахувати, що після перегляду вашої публікації, користувач повинен захотіти її відкрити і прочитати інформацію під нею. Пост одночасно повинен візуально залучати, викликати емоції, змушувати людину переосмислити якісь моменти в житті та спонукати до дії.

2. Якщо в пості пояснювальний текст під публікацією не передбачається, то необхідно зробити таке зображення або відео, яке буде зрозуміло всім і донесе той задум, який був вкладений в нього спочатку.

3. Важливою особливістю Instagram є можливість звертатися до блогерів і зірок за допомогою для розміщення соціальної реклами в особистому блозі.

Таким чином, Instagram, як платформа для розміщення соціальної реклами має величезний потенціал завдяки своєму функціоналу.

Література

1. Татьяна Грицык. Кто сидит в украинском Facebook и Instagram — исследование. 12 Марта, 2020, 09:01 URL: <https://ain.ua/2020/03/12/auditoriya-facebook-i-instagram/>

2. Бабко, Н. М. Науменко, І. В. Співак, І. В. Особливості маркетингових комунікацій в інформаційних мережах. Український журнал прикладної економіки. 2020. Том 5. № 1. С. 297–303. ISSN 2415-8453.