

**С.І. Коваль**, ст. викл. (НУВГП, Рівне)  
**Н.М. Макар**, студ. (НУВГП, Рівне)

## **INSTAGRAM ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ**

На сучасному етапі розвитку суспільства все більшої популярності набувають соціальні платформи для просування бізнесу. Однією з таких є Instagram – ефективний інструмент соціального маркетингу, безкоштовний сервіс, з допомогою якого можна зберігати, редагувати та публікувати фото, а також поширювати в інших соціальних мережах.

Найкраще Instagram підходить для просування саме інтернет-магазинів. Насамперед це ті товари і послуги, для яких можна без проблем створювати велику кількість якісного фотоконтенту. Наприклад, такі ніші, як косметика, дизайнерські аксесуари, туризм, товари для дому та інтер'єру, весільний бізнес, магазини одягу, меблів, доставка їжі тощо.

Якщо звернутися до статистичних даних, то можна помітити, що станом на 2017 рік уже 70,7% відомих світових брендів використовують для свого бізнесу Instagram. Навіть такі компанії як Nike, Adidas, Prada, Dolce & Gabbana, Dior, Michael Kors мають свою офіційну сторінку в Instagram для популяризації власної продукції. На сьогоднішній день створено 8 млн бізнес-профільів, тоді як у 2016 році їх було 1,6 млн.

Серед найважливіших особливостей та етапів ведення реклами, які необхідно знати під час просування бізнесу в Instagram, можна виокремити наступні:

– Підготовка контент-плану. На цьому етапі необхідно узгодити маркетингову стратегію просування компанії, підібрати необхідну інформацію, обрати фотографії, які найвлучніше відобразатимуть характер діяльності.

– Публічність для широкого кола користувачів. Це означає, що в Instagram потрібно ненав'язливо додавати не лише фото власної продукції, а й виставляти креативні фотографії з повсякденного життя, щоб підписникам було цікаво спостерігати за розвитком такої сторінки.

– Максимальне використання можливостей Instagram. Тобто це не тільки додавати якісні та яскраві фото з різними фільтрами, а публікувати відео – інструмент smm-маркетингу, який використовується, щоб повідомити аудиторію про окрему подію чи новинку в компанії. Застосування хештегів, проведення конкурсів та

підключення аккаунта в Instagram до хроніки в Facebook дозволить зацікавити та охопити більшу цільову аудиторію користувачів.

За даними статистики Instagram, 80% користувачів підписані хоча б на один бізнес-профіль, і 60% дізналися про бренд завдяки цій соціальній платформі. І варто відмітити, що, як мінімум, 30% користувачів Instagram придбали продукт, який вони вперше побачили в цій мережі.

Дослідження, проведене аналітичною компанією eMarketer у 2015 році, показало, що доходи від реклами в Instagram в 2017 році можуть скласти 2,81 млрд доларів. Це близько 10% загального доходу від Facebook. Дослідження також прогнозує, що інстаграм отримає більш високий чистий дохід від реклами (у США), ніж Google або Twitter.

Під час ведення бізнес-сторінки в Instagram слід пам'ятати правило 80/20. Це означає, що близько 80% контенту має бути присвячено навчанню або розвазі аудиторії, і тільки 20% – саморекламі.

Також варто звернути увагу на найкращий час для публікацій в Instagram. Так, найбільше користувачі відвідують цю соціальну платформу з 21.00 до 8.00 ранку, а також о 17.00. Проте такі дані варіюються в залежності від вікової категорії та цільової аудиторії.

Крім цього, врахування демографічних особливостей в Instagram допоможе врегулювати таркетинг – рекламний механізм, що дозволить виокремити серед усієї кількості підписників саме цільову аудиторію. Оскільки найбільша кількість користувачів в Instagram зареєстрована віком від 18 до 29 років, тому компаніям варто чітко обдумати стратегію просування товарів та орієнтуватися на обраного користувача. До речі, так як, серед користувачів Instagram переважає саме молоде покоління, то в цьому є теж свої великі переваги, адже згідно статистики та маркетингових досліджень, люди, які часто відвідують соціальні платформи більш схильні до інтернет-покупок. Якщо ж дивитися у гендерному розрізі, то серед зареєстрованих в Instagram осіб домінують жінки. А частота відвідуваності цієї соціальної платформи вражає: 57% користувачів Instagram перевіряють аккаунт як мінімум раз в день, а 35% роблять це кілька разів на день.

Отже, Instagram є важливим інструментом для ведення сучасного бізнесу. Перш як його застосовувати, необхідно чітко усвідомити усі особливості та врахувати нюанси, що можуть вплинути на подальшу долю компанії.