

Афанасьєва О.П., канд. екон. наук, доцент
Літкевич А.І., здобувач вищої освіти ступеня бакалавр
Державний біотехнологічний університет, Україна

Удосконалення комплексу онлайн-просування послуг салону краси

В епоху цифрових технологій, онлайн-просування стає візитівкою успішного бізнесу. Завоювати увагу цільової аудиторії, зробити бренд пізнаваним і значно збільшити продажі – ось лише декілька завдань, які вирішує грамотна стратегія просування в мережі Інтернет.

Підприємства сфери послуг, а особливо малий бізнес з обмеженими бюджетами, можуть використовувати різні методи та інструменти Інтернет-маркетингу, зокрема [1] :

1) SEO (Search Engine Optimization) – оптимізація сайту для пошукових систем, що робить його більш доступним для потенційних клієнтів;

2) SMM (Social Media Marketing) – маркетинг у соціальних мережах, де можна налагодити прямий контакт з цільовою аудиторією;

3) контент-маркетинг – створення та поширення корисного контенту, що привертає увагу та формує лояльність до бренду;

4) E-mail-маркетинг – розсилка інформаційних та рекламних листів по email-базі, що веде до повторних продажів.

Ці інструменти просування дозволяють: ефективно розподіляти ресурси, навіть з обмеженим бюджетом; охопити максимально широку цільову аудиторію; отримати значний вплив на ринку; досягти високих прибутків.

Аналізуючи маркетингову діяльність салону краси «Timchenko Nail Art Studio», визначено, що головними критеріями успіху салону краси є професіоналізм персоналу та зручне розташування. Щоб якісно просувати свій бренд потрібно постійно стежити за поведінкою конкурентів і пропонувати клієнтам кращий сервіс та унікальні послуги.

Для ефективної діяльності підприємств б'юті сфери важливо добре знати потреби цільової аудиторії споживачів. Основними клієнтами салону краси «Timchenko Nail Art Studio» є жінки, що мешкають у м. Люботині, які дбають про свою зовнішність. Визначено такі цільові сегменти споживачів: «студентки» віком 18-22 роки, «молоді леді» віком 22-28 років, «домогосподарки» віком 23-30 років, «бізнес леді» віком 30-40 років та «жінки-бюджетниці» віком 35-50 років. Таким чином, під час розробки комплексу онлайн-просування салону краси, слід враховувати особливі потреби кожного сегменту споживачів.

Отже, для удосконалення комплекс просування салону краси «Timchenko Nail Art Studio» в мережі Інтернет, розроблено наступні пропозиції:

- створити веб-сайт салону, для розширення маркетингових можливостей;
- для сайту розробити систему SEO-просування, щоб охопити органічні запити потенційних споживачів;

- проводити постійний моніторинг активностей конкурентів в мережі Інтернет, щоб відстежувати тенденції їх розвитку, знаходити слабкі місця, щоб визначити власні конкурентні переваги;

- для формування SMM-стратегії слід розробити контент-план публікацій (в тому числі сториз, рилз і прямі ефіри) у різних соціальних мережах, зокрема TikTok, Instagram, Facebook, YouTube для кожної цільової аудиторії;

- створювати різноманітний і цікавий для цільових сегментів споживачів контент: відео, фото відвідувачів салону, розважальний контент, поради з догляду за волоссям, нігтями та шкірою, новини та акції салону, а також робити огляди трендів і б'юті індустрії тощо;

- стимулювати клієток створювати креативні відео- та фотовідгуки про досвід відвідування салону краси та рекомендаціями для подруг;

- активно використовувати таргетовану та контекстну рекламу для просування послуг салону;

- розробити елементи фірмового стилю (логотип, фірмові кольори, слоган і тощо) для відбудовування від конкурентів і кращого позиціонування на ринку шляхом використання їх у своїх Інтернет-каналах просування;

- використовувати колаборації із б'юті-блогерами, що мешкають в м. Люботині та можуть рекомендувати салон своїм підписникам у соціальних мережах;

- активно вести клієнтські групи у месенджерах – Telegram, Viber.

- створити автоматизовані розсилки, розробивши Телеграм-боти та E-mail розсилки – це може допомогти залучити нових клієнтів (наприклад, запропонувавши знижки або подарунки за підписку на розсилку, додавши форму підписки на вебсайт та в соціальні мережі, а також слід збирати email-адреси при записі на послуги або під час оформлення карток клієнта). Крім того, це допоможе утримати старих клієнтів, для цього через розсилки слід нагадувати клієнтам про необхідність повторного запису на послуги, а також запропонувати спеціальні знижки та акції для постійних клієнтів. Також для формування лояльності слід надсилайте вітання з днем народження та іншими святами.

Розроблені практичні рекомендації дозволять підприємству ефективно розподіляти свої ресурси, забезпечуючи максимальний вплив на споживачів і отримувати в результаті високі прибутки.

Отже, розробка комплексу просування в мережі Інтернет для підприємств у сфері б'юті індустрії – це не просто реклама, це ключ до успішного розвитку бізнесу салонів краси в цифровому світі.

Список використаних джерел:

1. Savytska, N., Babenko, V., Chmil, H., Priadko, O. & Bubenets, I. (2023). Digitalization of Business Development Marketing Tools in the B2C Market. *Journal of Information Technology Management*, 15 (1), 124-134. <https://doi.org/10.22059/jitm.2023.90740> URL: https://journals.ut.ac.ir/article_90740_2dc7c64f4d84dc1be3d51c6acc5f811.pdf