

УБД 339.138.

DOI:10.5281/zenodo.11848723

В.М. Марченко, д-р екон. наук, проф. (НТУУ "КПІ ім. І. Сікорського)
А.Г. Горбатюк, здоб. ОС «магістр» (НТУУ "КПІ ім. І. Сікорського)

ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Сучасний маркетинг неможливо уявити без використання соціальних мереж. Соціальні мережі надають компаніям унікальну можливість взаємодіяти з широкою аудиторією, створювати та поширювати контент, а також аналізувати результати своєї діяльності для постійного вдосконалення.

Соціальні мережі відіграють важливу роль у сучасному маркетингу, вони стали невід'ємною частиною нашого життя і сучасного бізнесу. Вони забезпечують платформу для взаємодії між компаніями та їх клієнтами, сприяючи побудові брендів, залученню аудиторії та підвищенню продажів.

Драйверами успішного використання соціальних мереж в маркетинговій діяльності є:

- 1) вибір соціальної платформи;
- 2) ідентифікація потреб цільової аудиторії;
- 3) формування відповідного контенту;
- 4) вибір формату взаємодії з підписниками;
- 5) вибір «лідера думок» та залучення його до процесу формування поведінки цільової аудиторії;
- 6) оцінювання та аналіз ефективності взаємодій з цільовою аудиторією.

Одним з основних аспектів успішного маркетингу є вибір правильної платформи. Різні соціальні мережі мають різну аудиторію та підходять для різних типів контенту. Наприклад, Instagram ідеальний для візуального контенту, тоді як LinkedIn підходить для професійного спілкування і B2B маркетингу. Правильний вибір платформи соціальних мереж є важливим для успішного маркетингу в соціальних медіа. Кожна платформа має свою унікальну аудиторію і специфічні особливості, що визначають її придатність для певних типів контенту та маркетингових цілей [1].

Важливим елементом ефективного маркетингу в соціальних мережах є розуміння цільової аудиторії. Це включає визначення її інтересів, потреб та поведінкових характеристик. Для цього компанії

можуть використовувати різні інструменти аналітики, які допомагають збирати та аналізувати дані про користувачів.

Іншим важливим аспектом є створення якісного та привабливого контенту. Контент має бути не тільки інформативним, але й розважальним. Він повинен привертати увагу, викликати емоції та мотивувати до взаємодії. Це може бути досягнуто за допомогою різноманітних форматів, таких як відео, інфографіка, статті, пости в блогах та інші.

За допомогою візуального контенту, такого як фото та відео, компанії можуть створювати образи, які запам'ятовуються, та емоційні зв'язки з аудиторією. Соціальні мережі пропонують можливість точного налаштування реклами, що дозволяє досягати конкретних сегментів аудиторії. Завдяки алгоритмам і великим обсягам даних компанії можуть аналізувати поведінку користувачів та адаптувати свої маркетингові стратегії для максимального ефекту.

Для успішного маркетингу в соціальних мережах, слід експериментувати з різними форматами та типами контенту, щоб визначити, що найкраще резонує з аудиторією. Важливо також підтримувати регулярність публікацій та завжди бути в курсі актуальних тенденцій. Також необхідно використовувати різні платформи для максимального охоплення та взаємодії з різними сегментами аудиторії [2].

Ефективна взаємодія з аудиторією є ще одним критичним елементом успіху. Важливо не тільки публікувати контент, але й активно спілкуватися з підписниками, відповідати на їхні коментарі та запитання, проводити опитування та конкурси. Це допомагає створювати відчуття спільноти та підвищувати лояльність клієнтів.

Інфлюенсери мають значний вплив на своїх підписників, і співпраця з ними може суттєво підвищити видимість та авторитет бренду. Для досягнення максимального результату важливо обирати інфлюенсерів, чії цінності та аудиторія відповідають бренду. Інфлюенсери можуть допомогти розширити охоплення, створювати автентичний контент і підвищувати довіру до бренду серед їхніх підписників.

Аналітика відіграє важливу роль у маркетингу в соціальних мережах. З її допомогою компанії можуть оцінювати ефективність своїх кампаній, визначати, який контент працює найкраще, і вносити необхідні корективи. Регулярний моніторинг та аналіз показників, таких як залучення, охоплення та конверсії, дозволяють оптимізувати стратегії та досягати кращих результатів.

Соціальні мережі дозволяють компаніям безпосередньо взаємодіяти з цільовою аудиторією. Це створює можливість для побудови довіри та лояльності. За допомогою коментарів, лайків та репостів компанії можуть швидко отримувати зворотний зв'язок, що дозволяє оперативно реагувати на потреби споживачів.

Можемо зробити висновок, що соціальні мережі є відмінною платформою для просування бренду завдяки їх здатності охоплювати широку аудиторію та створювати інтерактивний і заохочувальний контент. Вони дозволяють компаніям безпосередньо взаємодіяти зі споживачами, швидко отримувати зворотний зв'язок і адаптувати маркетингові стратегії.

Використання візуального контенту, таргетованої реклами та співпраця з інфлюенсерами допомагають підвищити впізнаваність бренду, створити довіру та лояльність серед аудиторії, що в кінцевому результаті сприяє зростанню продажів і зміцненню ринкових позицій.

Маркетинг у соціальних мережах є потужним інструментом для просування бренду та взаємодії з клієнтами. Успішна стратегія повинна базуватися на глибокому розумінні аудиторії, створенні якісного контенту, активній взаємодії з підписниками та регулярному використанні аналітики для оптимізації діяльності. Дотримуючись цих принципів, компанії можуть значно підвищити свою присутність у соціальних мережах і досягти поставлених бізнес-цілей.

Інформаційні джерела

1. Маркетингова діяльність підприємств : підручник / О.П.Косенко [та ін.]; ред. О.П.Косенко; Нац. техн. ун-т "Харків. політехн. ін-т". Харків : ТОВ "Оберіг", 2023. 1155 с.
2. Черепанова В.О. Міжнародні стратегії управління стратегічними змінами / В.О.Черепанова, Т.О.Кобелева, П.Г.Перерва // *Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації* : матеріали 13-ї Міжнар. наук.-практ. інтернетконф., 27-28 квітня 2023 р. Полтава: ПУЕТ, 2023. С. 64-68.