

SOCIAL MEDIA MARKETING ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ В ONLINE-СЕРЕДОВИЩІ

У зв'язку зі стрімким розвитком можливостей Інтернету все більше значущості набуває просування товарів та послуг за допомогою соціальних мереж.

Насамперед це зумовлено великою кількістю відвідувачів соціальних мереж. В Україні найбільш популярними сервісами є: Twitter, Вконтакте, Facebook.

Так, «Вконтакті» зареєстровано більше 210 мільйонів аккаунтів, більше 47 зареєстрованих користувачів відвідують сайт кожен день.

Переваги просування товарів та послуг за допомогою соціальних мереж:

1. Універсальність. Так, вірне обрання цільової аудиторії та коректне формування унікальної торгової пропозиції дозволять провести широкомасштабну рекламну кампанію за невеликі кошти.

2. Глибокий таргетинг. При формуванні рекламної кампанії можна достатньо глибоко ранжувати власну цільову аудиторію. Біржа реклами соціальної мережі Вконтакті дозволяє сегментувати особистісні сторінки споживачів за віком, статтю, географією проживання, освітою, місцем роботи, сімейним станом, сферою інтересів.

3. Велика кількість можливостей для безкоштовного просування методом створення офіційних сторінок організацій, заходів, тощо.

4. Лояльність споживачів до здійснення покупок через мережу Інтернет.

5. Можливість встановлення тісного «зворотного зв'язку» з потенційними клієнтами,

6. Просування товарів та послуг здійснюється швидше, ніж за допомогою стандартної SEO – оптимізації у пошукових системах

7. Зручні та зрозумілі інтерфейси для комунікації, які замінюють спілкування за допомогою електронної пошти, ICQ, та ін.

Для збільшення ефекту SEO – оптимізацію та просування в соціальних мережах необхідно комбінувати. Власний сайт необхідно оптимізувати під соціальні мережі, використовуючи при цьому кнопки соціальних мереж. Розміщувати кнопки можна за допомогою таких ресурсів як: «api.yandex.ru», «share42.com». Крім того, на сайті необхідно встановити кнопки соціальних мереж.

Недоліки просування товарів та послуг за допомогою використання інструментів.

1. Високий форс – мажорний фактор обумовлений великою кількістю розважального контенту, який краще сприймається потенційними споживачами ніж пряма реклама

2. Можливий високий рівень користувальницького негативу. Особливо це характерне для соціальної мережі «Вконтакті».

3. Технічні особливості мережі. Найчастіше надмірну активність може бути сприйнята адміністрацією ресурсу як спам і профіль може бути видалений з мережі.

4. Необхідність постійної підтримки аканту та наповнення його унікальним контентом

5. Стрімкий розвиток SMM і як наслідок – поява великої кількості конкурентів

6. Правові питання. На сьогоднішній день існує ряд законів, що регулюють правила публікації он-лайн контенту у соціальних мережах. Саме тому підприємства повинні бути особливо обережними при розміщенні інформації з метою уникнення порушення діючого законодавства.

7. Недостатній рівень контролю над брендом. Контент у соціально-медійному маркетингу може мати критичне значення для бренду, адже компанії мають дуже мало контролю над тим, яка інформація про продукт буде розповсюджена користувачами у соціальних мережах. Для деяких галузей цей фактор є особливо релевантним (фармацевтика, медичне обладнання тощо).

Отже, на сьогоднішній день існує велика кількість як загальнотематичних так і вузькоспеціалізованих соціальних мереж, які необхідно використовувати для просування товарів та послуг. Використання SMM інструментів при правильному підході дозволяє будь – якій компанії заявити про себе на ринку, підвищити рівень продаж, сформувати власний позитивний імідж. Просування в соціальних мережах це унікальний інструмент взаємодії бізнесу та споживача який необхідно використовувати вже сьогодні.

1. SMM: особенности, преимущества, недостатки. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kladoy.ru>.

2. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://contentmarketinginstitute.com>.

3. Контент – маркетинг. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org>.

4. Маркетинг и продвижение в социальных сетях. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.paprikapromo.ru/services/smm>.

Дериколенко, А. О. Social media marketing як інноваційний інструмент просування товарів та послуг в online-середовищі [Текст] / А. О. Дериколенко, С. М. Ілляшенко // Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу : збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції, 26-28 вересня 2013 р. / Відп. за вип. Ю.М. Гладенко. - Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2013. - С. 66-67.