

ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕКЛАМИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

студентка гр. МК-21 **Цуненко С.М.**
Сумський державний університет (Україна)

Сьогодні мабуть важко знайти людину, яка не зареєстрована ні в одній із соціальних мереж. Статистика говорить, що сайти подібної спрямованості відвідує кожен третій житель України. Виходячи з того, що наявна така велика кількість користувачів соціальних мереж, то буде доцільним розміщення різноманітної реклами на цих сайтах для того, щоб охопити широке коло аудиторії.

Існує дві аббревіатури, які допоможуть зрозуміти, що являє собою реклама в соціальних мережах: SMM (Social media marketing) – це процес залучення відвідувачів і уваги до бренду або продукту через соціальні мережі та SMO (Social media optimization) – оптимізація сайту під соціальні мережі або інакше кажучи, комплекс заходів, які спрямовані на залучення відвідувачів на сайт з соціальних медіа джерел: соціальних мереж, блогів і т.д.

Ці поняття важливо розмежовувати. Отже, коли ми рекламуємо в соціальній мережі продукт відомої компанії через своє партнерське посилання, то це яскравий приклад SMM-просування. Люди в даному випадку реагують саме на ім'я, на бренд і купують на основі довіри до даного бренду. А якщо ми створюємо якісний контент (відео, аудіо, стаття), викладаємо його в соціальних мережах і люди переходять з контенту на сторінку нашого сайту, де розміщене наше партнерське посилання або ж безпосередньо на офіційний сайт нашого партнерського продукту або послуги, то це вже приклад SMO-маркетингу.

Насправді соціальних мереж сотні, а може й тисячі. Звичайно, що ми не про всі знаємо, тому для просування ми повинні обрати найвідоміші. У даному випадку найбільше підійдуть 3 соціальних мережі [1]: Вконтакте (vk.com), Facebook (facebook.com); Твіттер (twitter.com).

Дані соціальні мережі досить прості для користувача, включають в себе інструменти для манімейкера, дуже добре відвідують, трафік різного соціального рівня. Головне завдання це обрати потрібну цільову аудиторію, щоб при переході на сайт, вони були зацікавлені в цьому.

Важливо знати основні переваги та недоліки реклами в соціальних мережах.

Переваги реклами в соціальних мережах [2]: спрямованість на цільових відвідувачів, докладний аналіз рекламної компанії, велика аудиторія, дешевизна реклами в соціальних мережах.

Недоліки реклами в соціальних мережах: дуже важко фільтрувати якісний трафік, немає чіткого прогнозу результату від рекламної компанії, що запускається, не знання інструментів для створення ефективної реклами.

Як ми можемо бачити недоліків теж не мало, але багато з них можна звести до мінімуму, якщо знати, як ефективно застосовувати інструменти для реклами. Для цього можна запросити спеціаліста із аутсорсингової компанії.

Ми вважаємо, що в Україні для просування рекламної компанії в соціальних мережах найбільше підходить мережа Вконтакте. Поясненням цього може слугувати те, що користувачі даної соціальної мережі, це російськомовне населення переважно пострадянських країн. Ця категорія людей переважно молодого віку, яка проводить в соціальній мережі більшість свого вільного часу. Якщо взяти Facebook, то ми можемо сказати, що в більшості, користувачами є англомовне населення середнього віку. Тому в Україні доцільніше проводити свою рекламну компанію в соціальній мережі Вконтакте.

Отже, ми можемо зробити висновок, що реклама в соціальній мережі є ефективною. Але існують певні умови. Перш за все потрібно переконатися, що правильно обрана цільова аудиторія і що при переході на сайт людина справді буде зацікавлена в товарі (послугі), який рекламується та пропонується. Також не менш важливим буде правильний вибір соціальної мережі відповідно до цілей рекламної компанії та користувачів. Існує багато переваг та деяких недоліків реклами в соціальній мережі. Але недоліки можна звести до мінімуму при наявності спеціальних знань у цій сфері. Взагалі можна сказати, що соціальні мережі являються дуже привабливою та прибутковою сферою для бізнесу.

1. «Соціальні організації в соціальних мережах» – Режим доступу : <http://befirst.com.ua/article/analytics/show/1039-socialn-organzac-v-socialnih-merezhah/>
2. «Реклама ВКонтакте, как получить 1000000 чистой прибыли» - Режим доступу : <http://biz-anatomy.ru/vse-stati/smm-prodvizhenie-v-sots-setyakh/kak-zapustit-reklamnuyu-kampaniyu-na-1-000-000-rublej-chistoj-pribyl>
3. «Таргетированная реклама ВКонтакте – пошаговый алгоритм создания эффективного объявления» – Режим доступу : <http://sales-text.ru/kontextnaya-reklama/targetirovannaya-reklama-vkontakte-poshagovyyj-algoritm-sozdaniya-effektivnogo-obyavleniya/>

Науковий керівник: асистент **Вашенко Т.В.**