

**Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Кафедра маркетингу та УІД
Сумський регіональний центр
інтелектуального розвитку
Українська асоціація маркетингу
Всеукраїнська спілка вчених-економістів**

**Збірник тез доповідей
X Міжнародної
науково-практичної конференції**

**«МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ
І ІННОВАЦІЇ У МАРКЕТИНГУ»**

29 вересня – 1 жовтня 2016 року

Суми 2016

SMM – ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

На даний момент інтернет-маркетинг – це одна зі сфер маркетингу, що найбільш динамічно розвивається. Причиною цього є постійне збільшення кількості користувачів та залучення сфери бізнесу. За статистикою «Internet Live Star» у 2016 році – 46,1% людей у світі є користувачами Інтернету [4]. Тому використання такого каналу є одним із найефективніших сьогодні. Самими популярними засобами Інтернет-маркетингу є: веб-аналітика, контекстна реклама, SEO-оптимізація, контент-маркетинг, e-mail-маркетинг та SMM [3].

SMM (Social Media Marketing) – це ефективний спосіб залучення аудиторії за допомогою соціальних мереж, блогів, форумів, спільнот. Просування в соціальних мережах дозволяє точково впливати на цільову аудиторію, вибирати майданчики, де ця аудиторія більшою мірою представлена, і найбільш підходящі способи комунікації з нею, при цьому в найменшій мірі торкаючись незацікавлених в цій рекламі людей. Задачі, які вирішує SMM:

- просування бренду;
- збільшення відвідуваності сайту (конверсії);
- зростання популярності марки;
- підвищення лояльності споживачів до бренду [1].

У зв'язку з тим, що кількість користувачів соціальних мереж щодня зростає, SMM є найбільш перспективним методом просування. Основні переваги маркетингу соціальних мереж:

- низька вартість просування (низькі затрати для запуску);
- широка аудиторія (число користувачів деяких соціальних мереж налічує мільйони);
- можливість ретельно відбирати користувачів, які побачать вашу рекламу (ранжування цільової аудиторії за соціальними параметрами: віком, місцем проживання, інтересам);
- поступове напрацювання іміджу [2].

Маркетинг соціальних мереж особливо ефективний інструмент для підприємств, що представляють споживчі товари на ринку. Яскравим прикладом використання SMM є компанія Apex, що з 2012 року займається виробництвом дитячих колясок та аксесуарів. Для популяризації бренду та підвищення лояльності споживачів, компанія почала вести активну діяльність у соціальних мережах використовуючи контент-маркетинг та таргетингову рекламу.

Охоплення цільової аудиторії (ЦА) публікаціями у перші місяці використання соціальних мереж становило – 11 500 осіб. Проте з часом за допомогою ефективних налаштунків таргетингу та комплексному аналізі контентної політики, цей показник почав різко зростати. На рис. 1 зображено динаміку зростання кількості користувачів та охоплення цільової аудиторії офіційних сторінок Apex у соціальних мережах (аналітика отримана з наступних соціальних мереж: Facebook, VK, Instagram, LinkedIn).

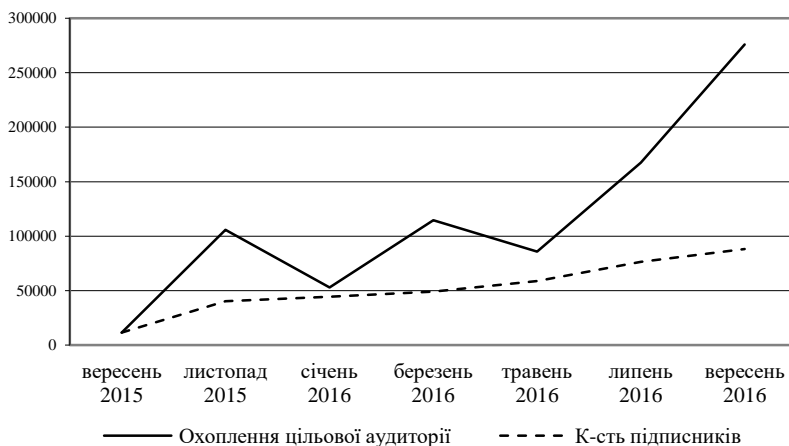


Рис.1. – Статистика спільнот компанії Apex у соціальних мережах

Як видно із рис.1 за 12 місяців кількість лояльної аудиторії,що активно переглядає дописи компанії Apex, збільшилась майже у 8 разів. Даний вид маркетингу став більш ніж ефективним і посприяв не тільки інформуванню та збільшенню лояльності цільової аудиторії до бренду, а й підвищенню продажів компанії у кілька десятків разів.

Отже, використання маркетингу у соціальних мережах є ефективним каналом просування та популяризації бренду. Даний напрямок інтернет-маркетингу є перспективним та прогресуючим.

1. Башинська І.О. Маркетингові комунікації підприємства у соціальних мережах //Економічні науки. Сер.: Економіка та менеджмент. – 2012. – №. 1). – С. 36-41.
2. Інтернет-ресурс «Блогун – реклама в блогах та соціальних медіа» [Електронний ресурс] – Режим доступу: blogun.ru/smm-prodvizhenie
3. Скорбенко С.В. Digital-маркетинг, который работает // Интернет-маркетинг. – 2016. – Т. 2. – С. 82-85.
4. Internet Live Stats – Real Time Statistics Project (Worldometers and 7 Billion World) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: internetlivestats.com/internet-users.