

# МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Сумський державний університет (Україна)

Вища школа економіко-гуманітарна (Республіка Польща)

Академія техніко-гуманітарна (Республіка Польща)

IBM Canada, м. Торонто (Канада)

Державна установа "Інститут економіки природокористування та сталого розвитку

Національної академії наук України", м. Київ (Україна)

Парламент Ізраїлю, м. Єрусалим (Держава Ізраїль)

Національний технічний університет України

«Київський політехнічний інститут» (Україна)

Одеський національний політехнічний університет (Україна)

Технічний університет –Варна (Республіка Болгарія)

Університет “Проф. д-р Асен Златаров”, м. Бургас (Республіка Болгарія)

Університет Торонто (Канада)

УО «Вітебський державний технологічний університет» (Республіка Білорусь)

## Економічні проблеми сталого розвитку

## Экономические проблемы устойчивого развития

## Economical Problems of Sustainable Development



### Матеріали

Міжнародної науково-практичної конференції

імені проф. Балацького О. Ф.

(Суми, 11–12 травня 2016 р.)

У двох томах

Том 2

Суми

Сумський державний університет

2016

# 12

## ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ INTERNET-MARKETING ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ

### ІНСТРУМЕНТИ ПРОСУВАННЯ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

студент гр. Мк-31 **Данилюк Ю.М.**

*Сумський державний університет (Україна)*

В наш час таке явище, як «соціальні мережі» стало досить поширеним та популярним. Зараз мабуть уже не знайдеш людину, яка б не знала що таке Facebook, Twitter чи Vkontakte. Тому зрозумілим є той факт, що люди, які займаються бізнесом почали створювати та просувати свої групи в соціальних мережах. Актуальним питанням на сьогодні є розуміння суті просування груп в соціальних мережах.

Соціальна мережа – це онлайн сервіс або веб-сайт, призначений для створення, організації всебічного спілкування між реальними людьми в Інтернеті [1].

Просування в соціальних мережах – це план дій, який направлений на досягнення необхідних цілей в соціальних мережах.

Даний вид діяльності з часом набирає все більше і більше популярності для кожної організації та компанії. І це не є дивним. Цей факт можна пояснити наступним: зараз велика кількість людей користується соціальними мережами, тому що: це досить зручно, це глобальне джерело інформації, і тут дуже багато знайомих. Тому для компаній соціальні мережі набувають все більшого значення, адже тут можна досить вигідно прорекламувати свій товар чи послуги, вибрати саме ту цільову аудиторію, яка потрібна та заробити на цьому реальні гроші.

Чому ж так вигідно просувати свій товар чи послугу саме в соціальній мережі, а не деінде?

Соціальні мережі мають величезну аудиторію, в якій можливо вибрати ту, яка саме вам потрібна;

В мережах існує багато людей, які спілкуються між собою (обмінюються інформацією, роблять репости, записи на своїх сторінках), тим самим створюючи ефект вірусного маркетингу, тобто поширюючи інформацію серед величезної кількості людей.

Просувати свій товар чи послугу в мережі досить легко, просто, зручно та швидко.

В Інтернеті є можливість просування в соціальних мережах абсолютно безкоштовно.

Вся реклама здійснюється через звичайний зручний інтерфейс, що не

вимагає додаткових навичок та вмінь.

В соціальних мережах існують два методи просування: безкоштовний та платний.

Безкоштовні методи просування в соціальних мережах.

Групи чи спільноти. Це найпоширеніший вид. Більшість соціальних спільнот надають можливість створити співтовариство по інтересам. В основному, це функція безкоштовна. У такі групи можна запрошувати друзів або інших учасників соціальної мережі. Завдяки цьому ви можете залучати зацікавлених людей до своїх продуктів, послуг або сайтів.

Публічні сторінки або «fan page». Публічні сторінки трохи відрізняються від груп. Вони належать окремій особі чи організації, і на них міститься публічна інформація.

Просування медіа-контенту. Аудіо, відео, картинки - все це чудово просувається в соцмережах. У медіа-контент можна вставляти адресу сайту або назва бренду. Визначним майданчиком для вірусного відео служить youtube.

Платні методи просування в соціальних мережах:

Таргетована реклама. Найпоширеніший спосіб платної реклами в соціальних мережах. Таргетована реклама, тобто спрямована на певну групу людей. Можна показувати рекламу користувачам з певної країни, міста, вулиці, з певним інтересом, віком і так далі. Таким чином, ви впливаєте на людей, яким, швидше за все, ваша реклама "буде до смаку".

Реклама в додатках. У соцмережах існує величезна кількість додатків. Це і ігри, і корисні програми для створення аватарів, картинок і так далі. Просуватися в соціальних мережах можна, використовуючи додатки. Його можна розробити або виступити спонсором. Популярні додатки мають кілька мільйонів користувачів.

Конкурси. Можна активізувати вашу цільову аудиторію в соціальній мережі завдяки якій-небудь акції, конкурсом або знижкам. Користувачі люблять такі речі і сприятливо на них реагують. Навколо грамотних конкурсів з хорошими призами збирається безліч людей [2].

Отже, просування в соціальних мережах дуже продуктивне в наш час і тому розуміння його принципів та механізмів дії дасть змогу застосувати його в своїй діяльності. А це в свою чергу принесе прибутки.

1. Газета «Биржевой лидер»/Енциклопедия [Електронний ресурс] : Режим доступу: <http://www.profi-forex.org>.

2. Інтернет-блог [Електронний ресурс] : Режим доступу: <http://sosnovskij.ru>.

*Науковий керівник: к.е.н., асистент Росохата А.С.*