

2. Вуйцик О. Вплив рекреаційно-туристичного комплексу на розвиток економіки держави / О. Вуйцик // Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». – Львів, 2008. – № 24. – С. 35-42.
3. Гостева Н.П. Місце туристичної індустрії України у світі / Н.П. Гостева // Держава та регіони: [науково-виробничий журнал]. Серія «Державне управління». – Запоріжжя, 2009. – № 2. – С. 45-50.

УДК 658.8

## INFLUENCER MARKETING ЯК СПОСІБ ПРОСУВАННЯ

Студ. Колісник О.А.

Наук. керівник Мельник Л.С.

Коледж мистецтв та дизайну

Київського національного університету технологій та дизайну

Influencer Marketing або ж маркетинг впливу – це спосіб просування вашого продукту завдяки залученню авторитетів суспільства. Сучасна людина навіть на підсвідомому рівні залежна від думки впливових людей – тобто тих, кого вона поважає, любить та слухає. Наприклад, фанату співачки буде важлива її думка. А в Україні сьогодні на заміну авторитетних акторів та музикантів прийшли блогери. Вони особливо користуються популярністю серед молоді.

Хоч багато хто вважає, що дієва реклама твориться тоді, коли люди передають інформацію про продукт з уст в уста, вони помиляються. Але насправді це не може замінити Influencer Marketing. Фактично саму думку авторитету мають передавати «сарафанним радіо» - так поєднуються та підсилять один одного два методи.

Маркетинг впливу йде під руку з двома іншими видами маркетингу – SMM та контент-маркетинг. SMM – основний інструмент більшості компаній для поширення рекламних послань. Контент – обов'язковий компонент, який створюєте або ви, або авторитет – залежить від вашої щедрості.

Будь-який маркетинг починається з постановки цілей. Варто пам'ятати, що він менше працює для продаж, головне завдання – розкрутка вашого бізнесу. Він робить ваш бренд більш впізнаваним.

Маркетинг впливу використовують в комплексі з розкруткою в соціальних мережах та контент-маркетингом. Вам потрібно визначити цільову аудиторію, і вже тоді вирішити, хто є її авторитетом. Пам'ятайте, що важливим буде не те, ніскільки відома ця людина, а кількість людей, які їй дійсно довіряють. Фактично вам потрібне рекламне лице бренду. Воно має відповідати стилю компанії та її принципам. Ваша співпраця не має викликати дисонанс в користувачів.

Авторитету ви маєте допомагати – надати інформацію про бренд, роз'яснити всі цілі вашої роботи. Якщо з часом ви бачитимете, що маркетингова кампанія діє, розвивайте її в тому ж дусі. Придумуйте різні слогани та родзинки, які будуть впізнавати клієнти.

50% маркетологів використовують Influencer-маркетинг для збільшення продажів, а 40% орієнтовані на посилення репутації бренду.

Не будуйте маркетинг впливу навколо авторитету, всю свою увагу зосередьте на клієнтах. Саме тоді ваш бізнес матиме вигоду від такої рекламної стратегії.

Маркетинговий вплив являє собою комплекс існуючих ресурсів та продуктів інтелектуальної діяльності компанії, що уречевлюється у товарах і послугах. Ці продукти забезпечують вищий рівень довготривалих, довірчих, взаємовигідних відносин зі стейкохлдерами.