

## РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У СУЧАСНОМУ МАРКЕТИНГУ

Студ. Бевзо А.Ю.

Наук. керівник асистент Сідуняк О.В.

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ

Соціальні мережі в сучасному світі відіграють важливу роль і використовуються для розвитку мережевого бізнесу та модернізації маркетингової політики підприємства. Станом на 2015 рік, за даними дослідницької компанії Gemius Ukraine, найбільш поширеними є такі мережі як: Vkontakte.ru (65% користувачів), Facebook (37%), Odnoklasniki.ru (32%) [1]. На сьогоднішній день, соціальні мережі виступають важливим інструментом маркетингу, це дає можливість розширити клієнтську базу, дослідити уподобання користувачів, знайти інформацію для початку власного бізнесу.

Грищенко О. Ф. відмічає, що проблема розвитку маркетингу в соціальних мережах полягає в тому, що споживачі поступово втрачають довіру до традиційних медіа та ігнорують їх. Усе більшого значення набувають поради та рекомендації знайомих, друзів та рідних. На зміну звичайній рекламі приходить явище, під назвою «сарафанне радіо» («world-of-mouth»), що часто використовується в мережі Інтернет [2, с.86]. Тому питання ефективного застосування маркетингу в соціальних мережах є актуальним питанням не тільки для Інтернет-користувачів, а і для підприємців.

В соціальних мережах використовуються такі рекламні інструменти, як: розміщення реклами на офіційному порталі мережі, створення групи компанії та її офіційної сторінки. Прикладом ефективності маркетингу в соціальній мережі можуть бути Інтернет-магазини, які окрім власного сайту, створюють різноманітні групи для пошуку та зацікавлення нових та вже існуючих клієнтів, дослідження їх побажань та смаків, що є ефективним рішенням, оскільки споживачі мають можливість поділитися своїми враженнями про певну продукцію, що створює додаткову рекламу магазину.

Перед впровадженням маркетингової політики компанії слід дослідити цільову аудиторію, це стає можливим також через соціальні мережі, шляхом проведення анкетувань, опитувань, що значно скорочує час на дослідження цільової аудиторії.

Українські соціальні мережі останніми роками почали набувати більш стрімких темпів розвитку. Саме тому важливим кроком для компаній було б запровадження політики маркетингу в соціальних мережах. Для здійснення ефективного розвитку маркетингу в Інтернеті необхідно:

- визначити чітку спеціалізацію компанії;
- публікувати цінний, актуальний контент;
- вести онлайн-діалог зі споживачами;
- враховувати критику та побажання аудиторії.

Головна роль соціальних мереж у сучасному маркетингу полягає у просуванні бренду, швидкому розповсюдженні інформації про компанію чи продукт та швидкому проведенні маркетингових досліджень. Але втрата довіри споживачів до традиційних медіа вимагає нового рівня оформлення контенту, налагодженні комунікації із споживачами, врахуванні недоліків та зауважень, бажань аудиторії.

Список використаної літератури:

1. Основные характеристики интернет-аудитории Украины [Електронний ресурс] / gemius Audience – Режим доступу: <http://www.gemius.com.ua/vse-stati-dlja-chtenija/internet-auditorija-ukrainy-ijul-2015-goda.html>.

2. Грищенко, О.Ф. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства [Текст] / О.Ф. Грищенко, А.Д. Нешева// Маркетинг і менеджмент інновацій. — 2013. — № 4. — с. 86-98.