

Анастасія ВЕРКУНІЧ

здобувачка 5 курсу факультету маркетингу
averkunich@gmail.com

Науковий керівник: Ярослава ЛАРИНА

д.е.н., професор кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана
yaroslava.larina@kneu.edu.ua

SMM ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА СПОЖИВАЧА

SMM AS AN EFFECTIVE TOOL FOR INFLUENCING THE CONSUMER

У сучасному світі SMM є популярним та важливим маркетинговим інструментом, який активно використовують багато компаній для взаємодії зі споживачами та збільшення їх присутності в онлайн-середовищі. Коли компанії успішно створюють цікавий і корисний контент, вони можуть охопити споживачів через соціальні мережі, отримуючи таким чином вплив і авторитет у своїй галузі.

SMM – це успішний інструмент просування з використанням соціальних мереж для досягнення як особистих, так і бізнес-цілей.

Завдяки соціальним мережам збільшився попит на різноманітні товари та послуги. Правильне використання соціальних медіа дозволяє маркетологам ефективно залучати та утримувати аудиторію, будувати лояльні стосунки з клієнтами та збільшувати продажі.

У конкурентному середовищі стає розвиватись набагато важче, тому доводиться завойовувати увагу споживачів новими ідеями та креативними рішеннями.

У жорсткій конкуренції сучасного ринку присутність компаній в соціальних мережах стала обов'язковою та необхідною. Соціальні мережі відкривають бізнесам нові можливості розвитку, які вони можуть використати на благо своїх брендів, враховуючи комерційну складову [1].

SMM дозволяє залучати нових споживачів швидкими темпами та з меншим бюджетом на рекламу. Спочатку потенційний клієнт придивляється до товару чи послуги, аналізує її та в кінцевому результаті готовий її спожити. Також у майбутньому споживач буде готовий ділитися інформацією про продукт своїм знайомим та друзям.

SMM є дуже ефективним інструментом впливу на споживачів, але результат залежить від багатьох факторів, включаючи цільову аудиторію, маркетингову стратегію та якість виконання плану. SMM може впливати на споживачів наступними способами:

1. Привернення увагу. Ефективний SMM може допомогти цільовій аудиторії привернути увагу до вашого бренду чи продукту, зацікавити та розпалити дискусію.

2. Взаємодія: соціальні медіа надають можливість взаємодіяти зі споживачами за допомогою коментарів, вподобань, голосування, повідомлень та інших форм

спілкування. Це створює можливості для спілкування та налагодження стосунків із клієнтами.

3. Контент споживача: Публікація цікавого та корисного контенту в соціальних мережах може надихнути споживачів, надаючи їм інформацію, можливість розважитись та навіть нові ідеї.

4. Впізнаваність бренду: SMM може допомогти підвищити впізнаваність бренду, підвищити обізнаність і просувати бренд серед цільової аудиторії.

5. Конверсія: якщо стратегія SMM розроблена та налаштована правильно, вона може підвищити рівень конверсії, тобто перетворити відвідувачів на клієнтів або покупців.

6. Вплив на прийняття рішень. Соціальні медіа можуть допомогти споживачам зробити усвідомлений вибір на основі відгуків, пропозицій та інформації, тим самим впливаючи на рішення споживачів про покупку.

Важливо відзначити, що SMM вимагає системного та продуманого підходу, а також регулярного відстеження результатів. Вплив SMM є дуже значимим, але це залежить від того, наскільки добре налаштована комунікація з аудиторією та наскільки ефективно проходить взаємодія з ними через соціальні мережі.

Маркетинг у соціальних мережах створює репутацію бренду та його лояльність. Важливо є те, що конкурентна перевага сьогодні може призвести до більш сильних бізнес-рішень завтра. Маркетинг у соціальних мережах підтримує кращі результати зв'язків з громадськістю [2].

Кожна з існуючих соцмереж виділяє свої портрети споживача, на які буде спрямована діяльність залучення уваги. До прикладу: Facebook - є універсальною соцмережею для спілкування людей із брендами, Instagram - молодіжна соцмережа, котра більше фокусується на візуалі, чим менше тексту, тим людині простіше сприймати інформацію, Twitter – допомагає створити новий імідж креативного бренду за допомогою коротких твітів, де відсутня реклама, Tik Tok – платформа, яка може слугувати як розважальна, навчальна та надихаюча [3]. Важливо також залучати нових споживачів цікавими пропозиціями, акційними товарами чи послугами, подарунками.

Висновок. Соціальні мережі на сьогодні є потужним інструментом інтернет-маркетингу, який безпосередньо впливає на свідомість споживача. Соціальні медіа є важливим джерелом новин та інформації для багатьох людей, це впливає на їхню громадську думку та переконання.

Список використаних джерел

1. 15 benefits of social media marketing. Adobe Communications Team. URL: <https://business.adobe.com/blog/basics/smm-benefits> (date of access: 17.10.2023).
2. The importance of social media marketing: 7 stats that prove social's role in business success. Sprout Social. URL: <https://sproutsocial.com/insights/importance-of-social-media-marketing-in-business/> (date of access: 17.10.2023).
3. Варна М. Що таке SMM і як працює маркетинг у соціальних мережах. Гайд для початківців. Netpeak Journal – медіа про інтернет-маркетинг та онлайн-бізнес у деталях. URL: <https://netpeak.net/uk/blog/shcho-take-smm-i-yak-pratsyue-marketing-u-sotsial-nikh-merezhakh-gayd-dlya-pochatktivsiv/> (дата звернення: 17.10.2023).