

СПОСОБИ ПРОСУВАННЯ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Гордієнко В.О., Степуріна С.О.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Соціальні медіа вже давно стали популярним рекламним середовищем глобального масштабу, за допомогою якого підприємства намагаються залучити якомога більше клієнтів. Таке просування є досить ефективним завдяки тому, що в соціальних мережах спілкується дуже багато людей, серед яких обов'язково знайдуться ті, хто зацікавиться Вашими пропозиціями.

Існує велика кількість методів просування в соціальних мережах. Для початку розглянемо безкоштовні методи:

– групи, спільноти, фан-сторінки. Це найпоширеніший напрямок просування. У більшості випадків соціальні мережі дають безкоштовну можливість створювати спільноти за інтересами.

– просування медіа-контенту. Фотографії, аудіо- та відеоролики - все це дуже добре поширюється у соціальних мережах. У медіа-контент Ви можете додавати назву бренду чи адресу веб-сайту.

На сьогоднішній день більш ефективними є платні способи просування в соціальних мережах:

– таргетована реклама. Цей спосіб є найпоширенішим видом платної реклами. Це реклама, яка спрямована на конкретну групу людей. Рекламу можна показувати користувачам певної статі, віку, регіону, з певними інтересами.

– реклама в додатках. Відомо, що в соціальних мережах є дуже багато всіляких програм. Сюди відносяться ігри, програми для створення картинок та ін. Використовуючи такі програми, можна просуватися в соціальних мережах.

– конкурси. Вашу цільову аудиторію можна легко активізувати за допомогою якогось конкурсу з призами або акції зі знижками. Більшість користувачів позитивно реагують на такі заходи. Добре організований конкурс з цікавими (або цінними) призами завжди збирає велику кількість відвідувачів.

Література:

1. Баран Р.Я. Новітні інструменти Інтернет-маркетингу / Р.Я. Баран, М.Й. Романчукевич, Т.М. Гнатюк // *Економіка Крима*. – 2010. – № 4.

2. Старицький Т. М. Використання соціального медіа маркетингу як ефективного засобу просування продукції / Т. М. Старицький // *Інноваційна економіка*. – 2015. – № 4.