

АНАЛІЗ АСПЕКТІВ SMM ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

Косенко А.С.

Науковий керівник – к.т.н., доц. Супрун О.О.
Харківський національний університет радіоелектроніки,
кафедра МІРЕС, м. Харків, Україна
e-mail: alina.kosenko@nure.ua

Today's social networks are not just a place to get together with friends, but an effective way to run a business. Advertising in social media is a unique tool that helps you retain existing clients and gain new ones. Established companies that are focused on results and development are definitely not lacking in SMM. The work carried out an analysis of the theoretical aspects of SMM business promotion in social media, and an analysis of the ranking of social networks in the world and among Ukrainians. It was revealed that the average number of hours that workers are present at the social security level.

Глобалізація бізнесу, посилення конкуренції, підвищення ролі споживача у формуванні попиту на товари, широке включення українських підприємств. В епоху цифрової взаємодії, соціальні мережі стали не лише майданчиком для обміну інформацією, а й потужним інструментом маркетингу та реклами. Вони перетворилися на величезні цифрові ринки, де щодня мільйони користувачів спілкуються, діляться контентом та споживають рекламні матеріали. У цьому контексті ключовим питанням для маркетологів та рекламних агенцій стає вибір найбільш ефективною платформи для розміщення реклами у соціальних мережах.

Вибір правильної платформи для розміщення реклами є складним і багатогранним процесом, що вимагає глибокого аналізу та розуміння характеристик кожної соціальної мережі, їх аудиторії, можливостей таргетування та алгоритмів відображення контенту. Кожна платформа має свої особливості та переваги, які необхідно враховувати при ухваленні рішення про розміщення реклами. На рисунку 1 наведено рейтинг соціальних мереж які найбільш використовуються у світі.

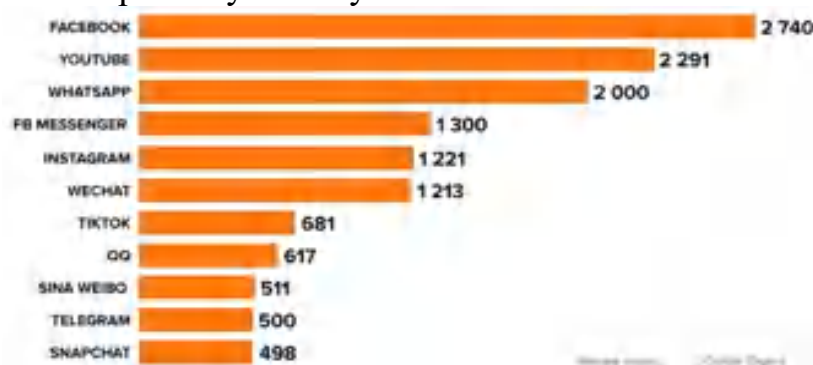


Рисунок 1 – Рейтинг соціальних мереж у світі [1]

Уже багато років найпопулярнішою соцмережею світу є Facebook. Станом на січень 2021-го там було понад 2,7 мільярда користувачів. На другому місці вже кілька років незмінно залишається YouTube – більше 2 мільярдів користувачів. Далі – месенджери WhatsApp і Facebook Messenger, а також Instagram. Україна слідує світовим трендам: майже 60% українських інтернет-користувачів використовують Facebook. За ним йдуть за популярністю YouTube (43%) і Instagram (30%). До того ж, за даними Kantar Україна, протягом останніх п'яти років найшвидше розвиваються саме Facebook і Instagram. На рисунку 2 представлено рейтинг використання соціальних мереж серед українців.



Рисунок 2 – Рейтинг соціальних мереж серед українців [1]

За даними дослідження комунікаційного агентства Plusone, Facebook лідирує майже у всіх областях і обласних центрах України – за винятком Харківської області, де Instagram популярнішим Facebook, а також Одеської і Запорізької, де обидві соцмережі поширені однаково. На рисунку 3 зображено середня кількість часу перебування користувачів у соціальній мережі по країнах.



Рисунок 3 – Середня кількість часу перебування користувачів у соціальній мережі [1]

За результатами опитування GlobalWebIndex було виявлено, що користувачі стали витрачати більше часу на соцмережі після початку повномасштабного вторгнення (зараз 42% користувачів проводять більше часу в соціальних мережах), щоб компенсувати недолік живого спілкування та знизити стрес, рисунок 4.

	Instagram	Facebook	YouTube
Monthly Reach	25 973	25 058	47 836
Average Daily Reach	16 901	6 416	72 029
Avg. min. per day	31 min	11 min	49 min

Monthly Reach – кількість людей, які заходили на ресурс хоча б 1 раз за місяць, в тис.
Average Daily Reach – середня кількість людей, які заходили на ресурс хоча б 1 раз за день, в тис.
Avg. min. per day – середня кількість хвилин, проведених одним користувачем ресурсу за один день.

Рисунок 4 – Відвідуваність соціальних мереж [2]

Зараз просування у соціальних мережах найактуальніший та найефективніший метод залучення аудиторії, клієнтів та донесення поглядів бренду чи іншого бізнесу.

Для ефективного просування бізнесу у соціальних мережах треба мати чітку стратегію та планування контенту, часу постінгу та його формат, планування рекламних інтеграцій та дизайнів. Аби урегулювати всі потрібні роботи про розвитку сторінки у соціальній мережі потрібно розробити детальну стратегію по підвищення SMM-просування та бренд-підтримки.

Список використаних джерел:

1. Top digital trends in 2024. URL: <https://datareportal.com/> (дата звернення 04.03.2024.)
2. GlobalWebIndex. Офіційний сайт. URL: <https://www.gwi.com/> (дата звернення 04.03.2024.)
3. Інноваційні інструменти просування у соціальних мережах / А. І. Горошко, І. А. Грицаков, О. О. Супрун, Т. С. Супрун // Поліграфічні, мультимедійні та web-технології : матеріали молодіжної школи-семінару VII Міжнародної наук.-техн. конф., 17-21 травня 2022 р. – Харків : ХНУРЕ, 2022. – Т. 2. – С. 27-31.