

### **SMM як засіб просування бізнесу в цифровому середовищі**

Цифрове середовище відкриває величезні можливості для просування бізнесу, проведення рекламних кампаній та залучення нових клієнтів. В цьому контексті просування здійснюється через інструменти соціального медіа маркетингу (SMM), який в якості основного інструменту використовує соціальні мережі. Використання соціальних мереж для просування бізнесу фактично є процесом комунікації між компанією та її потенційними клієнтами.

Розглядаючи просування як частину комплексу маркетингових комунікацій, важливо розуміти взаємозв'язок комунікаційних і маркетингових цілей. Комунікація передбачає спілкування з аудиторією, залучення її до обговорень, участі в розіграшах, активності на сторінках компанії в соціальних мережах. Маркетингові цілі передбачають рекламу продукції, бренду, чи компанії в цілому. Маркетологи визначають комплекс просування в соціальних мережах як специфічне поєднання реклами, особистого продажу, заходів щодо стимулювання збуту і організації зв'язків з громадськістю, спрямованих на досягнення маркетингових і рекламних цілей.

Цілі просування бізнесу в цифровому середовищі діляться на дві великі сфери:

– стимулювання попиту;

– популяризація бренду компанії.

До цілей просування можна віднести:

– створення образу престижності товарів і послуг підприємства;

– збільшення обсягів збуту продукції;

– виведення на ринок нових видів товарів компанії;

– забезпечення впізнаваності нових товарів і послуг;

– стимулювання діяльності торгових посередників;

– інформування споживачів про різні заходи, що проводиться фірмою тощо.

Основна мета просування полягає в тому, щоб відбулась покупка товару або послуги компанії.

SMM – це новий, але дуже перспективний спосіб просування товарів і послуг за допомогою форумів, соціальних мереж, сервісів миттєвих повідомлень, тобто всіх доступних на сьогоднішній день соціальних медіа-каналів. Просування за допомогою SMM – це робота по розкрутці сайту компанії одразу в декількох напрямках комунікації та маркетингу. Серед головних напрямів роботи SMM можна виділити такі:

– створення груп та бізнес-сторінок в соціальних мережах (Facebook, Instagram) та подальше їх адміністрування;

– зацікавлення користувачів у відвідуванні бізнес-сторінки та груп компанії за рахунок публікації цікавого контенту;

– популяризація компанії в соціальних мережах за рахунок активності компанії у спілкуванні з підписниками;

– проведення аналізу активності підписників на сторінках компанії у соціальних мережах.

До переваг SMM для компанії можна віднести наступні:

– безкоштовність просування, оскільки створення бізнес-сторінки є безкоштовним;

– можливість залучити велику кількість підписників;

– можливість використання таргетованої реклами, яка орієнтована саме на цільову аудиторію конкретної компанії;

– можливість використовувати інфлюенсерів (блогерів, оглядачів тощо) для просування власної компанії чи товару.

Найбільш популярними соціальними мережами в Україні є Facebook та Instagram. Завдяки тому, що обидві соціальні мережі між собою інтегровані, є можливість просувати компанію, бренд або товар одразу на двох платформах, що зменшує витрати ресурсів. В той же час кількість користувачів соціальних мереж з кожним роком зростає, що відкриває широкі можливості для збільшення клієнтів компаніями.

Підводячи підсумки, можемо сказати, що просування компанії чи товару в соціальних мережах сьогодні перетворюється на основний канал здійснення маркетингових кампаній. Цифрове середовище з кожним роком залучає все нових користувачів, а пандемічні обмеження значно обмежують особистий контакт між людьми. В таких умовах спілкування в соціальних мережах стає основним інструментом комунікації компаній зі своїми клієнтами. Просування в соціальних мережах стає звичним явищем для вітчизняного бізнесу і ця тенденція зберігатиметься і надалі.