

Соціальна мережа Tik Tok як платформа для розміщення реklamних звернень в Україні

В сучасних умовах перевантаженості популярних соціальних мереж рекламою все більше підприємств, шукаючи способи виділення своїх рекламних оголошень серед постійного інформаційного потоку, звертаються за допомогою до швидкозростаючої соціальної мережі Tik Tok, розглядаючи її в якості потенційної платформи для розміщення реклами.

Визначено, що основною аудиторією користувачів соціальної мережі Tik Tok є молоді активні люди, в середньому віком від 18 до 35 років, які мають постійно зростаючу платоспроможність. Згідно із даними Інтернет Асоціації України (ІнАУ), станом на 2020 рік в Україні нараховується близько 5 млн. користувачів, серед яких 60% – жінки всіх вікових груп.

Встановлено, що серед українського населення саме жінки більш активно купують товари в інтернет-магазинах. В Україні темпи зростання охоплення аудиторії в популярній серед молоді соціальній мережі Tik Tok є найшвидшими порівняно із іншими відомими соціальними мережами, адже зросли у червні 2020 року до 16,2%, тобто у більш ніж у 6 разів порівняно із серпнем 2019 року, коли обсяг охоплення аудиторії становив лише 2,6%.

Наразі в мережі Tik Tok існує лише два доступних для використання в Україні способи розміщення рекламних звернень – спеціальна рекламна система Tik Tok Ads Manager та блогерські інтеграції. Система Tik Tok Ads Manager пропонує до використання такі ефективні інструменти як топ'ю, тобто найперше відео, яке відображається на екрані пристрою одразу при запуску додатку, хештег-челендж із брендом підприємства або його рекламною кампанією, розміщення оголошення в стрічці, а також спеціально розроблені брендовані ефекти.

Варто зазначити, що механізм управління Tik Tok Ads Manager є максимально простим для користувачів, не потребує спеціальних навичок та знань в сфері маркетингу, процес налаштування супроводжується детальними інструкціями та може бути здійснений лише за декілька хвилин. Проте дана система не є безкоштовною і вимагає від замовника реклами вкладання значних фінансових ресурсів.

З інфлуенсерами ж (люди, за якими стежать, так звані «лідери думок»; це поняття часто використовують для описання осіб, здатних впливати на рішення інших осіб завдяки своєму авторитету, знанням, досвіду або умінню вибудовувати відносини з аудиторією) можна домовитися про значно меншу суму або про співпрацю на базі бартеру, тобто на базі надання блогерам безкоштовної продукції підприємства в обмін на їхню рекламну підтримку.

Основні переваги розміщення реклами в соціальній мережі Tik Tok:

- активна аудиторія із високим ступенем залучення;
- висока точність таргетингу, який налічує близько 12 фільтрів, від географічного розташування до вартості пристрою;
- відсутність перевантаженості додатку рекламою;
- нативний характер реклами;
- стрімкі темпи розвитку мережі та прогнозовані перспективи;
- різке зростання активності користувачів, викликане Covid-19.

Також згідно із результатами лабораторних нейромаркетингових досліджень, проведених компанією Neuro-Insight, перегляд реклами у Tik Tok порівняно із іншими соціальними мережами викликає емоційнішу реакцію та є на 44% ефективнішим, а ступінь залучення користувачів на 15% вищий. Реклама у мережі Tik Tok є значно ефективнішою і порівняно з рекламою на телебаченні та рекламою на платформах для проведення аудіо і відеострімінгів за рахунок старт-алгоритму рекомендацій, вибудованого в єдиний безперервний цикл відеороликів із невеликою тривалістю.

Серед недоліків – висока вартість здійснення реклами при використанні інструментів офіційної рекламної системи Tik Tok Ads Manager, а також недосконалість даної системи в силу її новизни в Україні, ймовірність втрати ефективності через помилки таргетингу при визначенні цільової аудиторії, присутність ризику пов'язаного із нестабільністю соціальних мереж.

Вважаємо, що в Україні використання даної платформи є перспективним, зокрема, для охоплення молоді аудиторії, переважно жіночої. Враховуючи недосконалість системи Tik Tok Ads Manager через її новизну, наразі найдоцільнішим, а особливо для невеликих підприємств, є використання саме блогерських інтеграцій. Робота з блогерами – це ефективний інструмент просування бізнесу, в якому через налагодження зв'язків з лідерами думок бізнес отримує увагу та прихильність своїх клієнтів.