

Жмай О. В.

викладач кафедри економіки та управління

Сілкіна Д. О.

студентка 4 курсу спеціальності «Менеджмент ЗЕД»

Одеського національного університету ім. І. І. Мечникова

СОЦІАЛЬНА МЕРЕЖА INSTAGRAM, ЯК НЕВІД'ЄМНИЙ ЕЛЕМЕНТ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

Основною передумовою для інтернет-маркетингу є розвиток самої мережі Інтернет. З кожним роком у світі збільшується кількість інтернет-користувачів. Цей показник є швидкоплинним та, за різними даними, коливається у межах 2,2-2,5 млрд. осіб, що охоплює понад третину населення земної кулі [1]. Дослідження показують високий ступінь проникнення мережі в життя населення.

Науковці та практичні маркетологи зауважують, що Інтернет є сприятливим середовищем для здійснення маркетингової діяльності [2]. Світовий досвід, відображений у працях зарубіжних та вітчизняних вчених, вказує на доцільність застосування інтернет-маркетингу у комплексі маркетингової політики і окремих її складових.

За останні 10 років було чимало тектонічних зрушень у розвитку інформаційних технологій – з'явилися смартфони і планшети, які, в свою чергу, викликали появу величезного числа мобільних додатків, у тому числі і Instagram.

Мобільний додаток Instagram з'явився в 2010 році і всього через два роки був куплений компанією Facebook. Сьогодні Instagram є потужним маркетинговим інструментом, який дозволяє брендам не лише донести свою філософію бізнесу до аудиторії, але й істотно підвищити свої доходи. В інтернет-маркетингу використання Instagram для просування – це один з найактуальніших методів. Сьогодні мобільне застосування з елементами соціальної мережі Instagram має наступні показники [3]:

- 300 мільйонів активних користувачів;
- понад 70 мільйонів нових фотографій в день;
- 5 мільярдів «лайків» щодня;
- користувачі Instagram поділилися приблизно 30 млн. зображень.

Це є переконливим фактором того, чому така кількість відомих (і не тільки) брендів та компаній приходять в Instagram у пошуках своєї аудиторії. Те, що маркетинг в Instagram працює дуже ефективно, підтверджують наступні факти [3]:

- компанія Mercedes-Benz на 580% збільшила кількість відвідувань свого офіційного сайту, використовуючи синхронізовану рекламу в Facebook і Instagram;
- Taco Bell (мережа фастфудів) на 28 відсоткових пунктів підвищила пізнаваність своєї реклами;
- Ben&Jerry (виробник морозива) виявив, що завдяки просуванню в Instagram кількість людей, що дізналися про новий продукт, збільшилася на 17%;
- компанія Levi's на 24 відсоткових пункти збільшила пізнаваність реклами.

Наведені вище результати випливають з того, що Instagram використовує візуально спрямований дизайн, який дозволяє користувачам швидко переглянути цікаві їм фотографії та ілюстрації. Відео і зображення відображаються на великому екрані, усуваючи візуальний безлад і направляючи погляд користувача строго на контент. Відомо, що мозок людини обробляє зображення в 60 тисяч разів швидше, ніж текст, а 40% людей майже не читають і реагують тільки на візуальний контент. У цьому і полягає ефективність маркетингу в Instagram, саме тому ця соціальна мережа має бути невід'ємним інструментом інтернет-маркетингу в просуванні товарів на ринку.

Література:

1. Даниленко М. І. Розвиток Інтернет-маркетингу / І. М. Даниленко // Економічний форум. – 2014. – №3. – С. 166-172.
2. Использование интернета и эффективность бизнеса - исследование GfK по заказу Google Украина. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.mediabusiness.com.ua/content/view/37319/lang,ru/>
3. Сидикви Д. Інтернет-маркетинг в сети Instagram [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://freelance.today/trendy/internet-marketing-v-seti-instagram.html>