

Т.А.Коренга

студ. IV курсу

напрям підготовки «Економічна кібернетика»

Одеський національний університет імені І.І.Мечникова

Науковий керівник: к.е.н., доц. Л. М. Івашко

АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОСУВАННЯ САЙТІВ ТА СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДЛЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

На сучасному етапі розвитку інформаційних технологій усе більшою популярністю користуються соціальні медіа. За даними Worldometers, станом на лютий 2013 року кількість користувачів Інтернет у світі становить 2,5 мільярда чоловік. Більше половини людей, молодших за 30 років, тобто 96% тих, хто народився в період розвитку Інтернет-технологій, зареєстровані в соціальних медіа. До того ж кількість зареєстрованих споживачів соціальних медіа невпинно зростає. Така популярність є цілком зрозумілою, адже за теорією мотивації А. Маслоу прагнення до самовираження є найвищою потребою людини. Українські користувачі не є винятком. За даними Дайджесту 2012 року, 13 мільйонів українців щодня користуються Інтернетом, а це 33% населення у віці старше 16 років. Споживачі починають поступово втрачати довіру до традиційних медіа та ігнорувати їх. Усе більшого значення для них набувають рекомендації та поради друзів, знайомих та рідних. На зміну звичайній рекламі приходить таке явище, як «сарафанне радіо» («world-of-mouth»), що часто використовується в мережі Інтернет. Тому соціальні медіа можуть бути корисними не лише для користувачів, а й для підприємств як простір для просування брэнда, товарів та послуг. Соціальні медіа як новий простір існування споживачів мають власні особливості, що відрізняють їх від

решти медіа, відповідно методи роботи в них також відрізняються від традиційних. Тому питання щодо особливостей застосування маркетингу в соціальних медіа є актуальним як для користувачів, так і для підприємств.

Те ж саме стосується і пошуку нової інформації. Сьогодні ні для не новина те, що більшість користувачів, надає перевагу пошуку в Google перед газетами, книгами чи навіть живого запитання друзям. Тому якщо ви - власник бізнесу, вам не варто ігнорувати вищеописані факти.

Коли технології Інтернету тільки зароджувались і починали появлятися перші сайти, їх власники неабияк випередили своїх конкурентів завдяки тому, що швидко пристосувались до змін. Але сьогодні наявність власної Веб-сторінки та представництва в соціальних мережах - це не конкурентна перевага, особливість чи екзотика. Сьогодні це майже обов'язкова умова успішного функціонування бізнесу. Підприємства, які з тих чи інших причин досі не мають свого представництва у Інтернеті програють своїм конкурентам і втрачають багато клієнтів.

Обов'язковості використання технологій онлайн маркетингу в підприємницькій діяльності додає також їх доступність. Залежно від вимог до сайту, він може коштувати і якихось 100\$, коли окупитись має всі шанси у багатократному розмірі. Просте представництво в соціальних мережах і взагалі безкоштовне.

Виділимо основні переваги, які отримує бізнес від обох видів представництва в мережі Інтернет:

Переваги соціальних мереж для бізнесу:

1. Підвищення рівня довіри до компанії. Коли потенційний клієнт бачить живий профіль фірми в Facebook або Instagram, то розуміє, що фірма працює не перший день і дорожить своєю репутацією. Підвищення рівня довіри до бренду підвищує рівень продаж. Дедалі менше користувачів марнують час на дзвінки й дедалі більше залишають свої запитання, скарги та подяки онлайн. Соціальні мережі дозволяють зробити це публічно, користувач може розраховувати на більш швидку відповідь, а також отримати додаткову інформацію від інших покупців.
2. Велика аудиторія користувачів. Реклама через соцмережі дозволяє щомиті привертати увагу до бренду, швидко інформувати про нові акції, події та товари в асортименті. Непотрібно чекати поки користувачі зайдуть на сайт і прочитають новини, можна оповістити всіх зацікавлених через соцмережі.
3. Завдяки таргетованій рекламі, яка надається в соціальних мережах, є можливість дуже точно визначити цільову аудиторію, яка, напевно, буде зацікавленою у пропонованому товарі чи послугі. Постійне розширення кола цільової аудиторії за рахунок збільшення кількості потенційних клієнтів, яких не можна залучити іншими різновидами інтернет-реклами.
4. Збільшення відвідуваності сайту за рахунок направлення підписників зі спільнот у соцмережах.
5. Зростання кількості постійних клієнтів. Залучити нового клієнта набагато важче, аніж продати щось старому. Соціальні мережі працюють із вже

лояльною аудиторією, яка одного разу «залайкає» сторінку компанії, а, отже — вони більш готові звернутися до вас повторно.

6. Проведення інтерактивних онлайн-заходів. Конкурси, акції, розіграші в соцмережах набагато ефективніші. Про них простіше оповістити зацікавлену аудиторію. Мережі надають низку зручних інструментів для їхнього проведення (підписки, «лайки», «ре пости», «ретвіти»), а також включають соціальний елемент конкурсу. Користувачі бачать, хто ще поруч із ним бере участь, які результати й шанси в інших людей. Отже, знову ж таки — підвищується довіра до результатів різноманітних акцій.

Переваги наявності сайту для бізнесу:

1. Немає обмежень у залученні нових клієнтів
2. Вся інформація зібрана в одному місці
3. Потенціал зростання продажів
4. Додатковий маркетинговий канал
5. Поліпшення репутації
6. Більш ефективна реклама
7. Бонуси в конкурентній боротьбі

Крім того, різні джерела стверджують, що увівши пошуковий запит у Google, користувач відкриє одну з перших трьох пропозицій в 70-95% випадків. А місце, на якому появиться ваш сайт - це саме результат його просування. Таке просування веб-сторінки в пошукових механізмах називають SEO-просуванням, до якого входять:

- внутрішня оптимізація (унікальність, ключові слова і т.д.);
- підвищення юзабіліті сайту - оптимізація сторінок для зручності користувачів
- грамотна перелінковка сторінок
- зовнішня оптимізація сайту (розміщення реклами на сторонніх ресурсах)

Отже, актуальність просування сайтів та соціальних мереж для підприємницької діяльності сьогодні дуже велика. Відсутність такого представництва бізнесу в мережі Інтернет - це не просто відсутність «додаткових» клієнтів. Такий недолік може цілком підірвати попит на послуги підприємства в час високих технологій та соціальних мереж.

Список використаної літератури

1. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2013_4_86_98.pdf (дата звернення 15.05.19)
2. Соціальні мережі для бізнесу – використовуємо правильно! <https://webprofit.com.ua/sotsialni-merezhi-dlya-biznesu/> (дата звернення 15.05.19)
3. Навіщо бізнесу потрібен сайт? 8 важливих переваг, які ви отримаєте <https://ag.marketing/navishcho-biznesu-potriben-sayt/> (дата звернення 15.05.19)