УДК 659.13

Шептуха О. М.
к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки та маркетингу
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ РЕМАРКЕТИНГУ У FACEBOOK

Анотація. Проаналізовано значення ремаркетингу в інтернет-маркетингу, його основні характеристики. Розглянуті основні принципи ремаркетингу у соціальній мережі Facebook.

Ключові слова. Інтернет-маркетинг, ремаркетинг, соціальна мережа, Facebook, ретаргетинг, реклама.

Ремаркетинг в інтернет-маркетингу визначається як стратегія, спрямована на залучення користувачів, які вже взаємодіяли з брендом або веб-сайтом компанії. Цей підхід стає все більш важливим у сучасному бізнес-середовищі, де конкуренція в інтернеті зростає, а увага споживачів є обмеженим ресурсом [1].

Ремаркетинг може приймати різні форми, включаючи рекламу в соціальних мережах, динамічні рекламні оголошення, електронні листи та інші способи залучення аудиторії. Важливо вибрати стратегію, яка найкращим чином відповідає маркетинговим цілям та специфіці бізнесу.

Ефективний ремаркетинг передбачає персоналізацію контенту для кожного користувача. Це може включати в себе показ товарів, які користувач раніше переглядав на веб-сайті компанії, або спеціальні пропозиції, які враховують його попередні покупки.

Аналітика та дані грають ключову роль у ремаркетингових стратегіях. Збирання та аналіз даних про взаємодію користувачів з веб-сайтом дозволяє бізнесу розуміти поведінку своєї аудиторії та вдосконалювати рекламні кампанії для досягнення кращих результатів [2].

Ремаркетинг на Facebook є потужним інструментом для підвищення конверсії та залучення цільової аудиторії. Основна ідея полягає в тому, щоб спрямовувати рекламу на користувачів Facebook, які вже взаємодіяли з брендом або відвідували веб-сайт підприємства. До основних принципів ремаркетингу на Facebook відносяться наступні:

1. Сегментація аудиторії: Facebook дозволяє створювати динамічні сегменти аудиторії на основі різних параметрів, таких, як взаємодія зі сторінкою, перегляд відео, завершення покупки тощо. Це дозволяє точно налаштовувати рекламу для кожного сегмента, максимізуючи ефективність кампанії.

2. Динамічні рекламні оголошення: Використання динамічних оголошень дозволяє автоматично створювати персоналізовані рекламні матеріали на основі взаємодії користувача з веб-сайтом компанії. Наприклад,

якщо користувач переглядав певний товар, реклама може показати саме його, що підвищить ймовірність покупки.

3. Підвищення конверсії за допомогою ретаргетингу: ремаркетинг на Facebook дозволяє стежити за користувачами, які вже проявили інтерес до бренду підприємства, і подавати їм рекламу з вигідними пропозиціями або додатковими бонусами. Це може значно збільшити ймовірність завершення покупки та підняти рівень конверсії.

4. Аналітика та вимірювання результативності: Facebook надає розширені інструменти аналізу результативності ремаркетингових кампаній. За допомогою Pixel-коду можна відстежувати конверсії, взаємодію з оголошеннями та інші ключові метрики, що дозволяє оптимізувати кампанії для досягнення найкращих результатів.

5. Оптимізація бюджету: Facebook пропонує можливість оптимізації рекламного бюджету за допомогою алгоритмів машинного навчання. Автоматичне розподілення бюджету між різними аудиторіями та рекламними оголошеннями дозволяє максимізувати результати кампаній.

6. Використання ретаргетингу для розвитку бренду: ремаркетинг не обмежується лише продажами. Його можна використовувати для підвищення впізнаваності бренду та взаємодії з аудиторією. Наприклад, реклама може нагадувати користувачам про існування бренду та його унікальні переваги.

7. Гнучкість налаштувань: Facebook надає широкі можливості налаштувань ремаркетингових кампаній, включаючи час та частоту показів, спрямовування за географічним принципом, виключення конкретних аудиторій. Це дозволяє детально контролювати ефективність рекламної стратегії.

У світі технологій та вимог споживачів, які швидко змінюються, ремаркетинг в інтернет-маркетингу залишається необхідним інструментом для досягнення високих показників конверсії та підтримання сильних відносин з аудиторією. Ретельне планування, аналіз та вдосконалення ремаркетингових стратегій дозволяють підтримувати конкурентоспроможність та зростання бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Ремаркетинг у соціальних мережах Facebook та Instagram - як не втрачати потенційних клієнтів. URL: https://intent-solutions.com/blog/what-is-remarketing (дата звернення 15.11.2023 р.)
2. Ремаркетинг у Facebook: як він працює та чому це важливо для вашого бізнесу. URL: https://www.0312.ua/news/3674241/remarketing-u-facebook-ak-vin-pracue-ta-comu-ce-vazlivo-dla-vasogo-biznesu (дата звернення 15.11.2023 р.)