

Степанов І.В., здобувач вищої освіти
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

СОЦІАЛ-МЕДІА МАРКЕТИНГ ЯК ТРЕНД ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Анотація. Розглянуто питання впливу цифрових технологій на маркетингові процеси в суспільстві. Проаналізовано необхідність застосування соціал-медіа маркетингу під час цифрової трансформації економіки.

Ключові слова: соціал-медіа маркетинг, діджиталізація, соціальні мережі, цифрові технології.

З розвитком цифрових технологій підприємці усього світу почали використовувати ті можливості для проведення маркетингових досліджень та рекламних кампаній, які надає цей технологічний прогрес. Саме соціал-медіа маркетинг, або SMM, набирає обертів у великому бізнесі через низку причин, які змушують адаптуватися, а саме:

- вірусна хвороба COVID-19, через яку можливі представники клієнтської бази більше часу проводять вдома, що призводить до зниження ефективності «вуличних» видів реклами (рекламні банери, розповсюдження листівок, вулична агітація, безкоштовне тестування продукції тощо).

- використання інтернету та соціальних мереж суспільством як основних засобів отримання інформації, що призводить до старіння класичної реклами (телебачення, радіо, газети тощо). За статистикою DIGITAL 2021 JULY GLOBAL STATSHOT REPORT люди віком від 16 до 65 в середньому в день витрачають в інтернеті 6 годин та 55 хвилин (в соціальних мережах 2 години 24 хвилини), а телебачення займає тільки 3 години 20 хвилин їхнього часу [1];

- всевітня діджиталізація;

- вбудоване в соціальні мережі програмне забезпечення, яке дозволяє легше шукати цільову аудиторію та дешевше проводити таргетингову рекламу (Spark Ads, Ads Manager).

Проаналізувавши дані фактори, можна зрозуміти, що використання маркетингу у соціальних мережах є якщо й не найбільш ефективним рішенням для сучасних підприємців, то точно повинно займати одну з ключових позицій у просуванні товарів або послуг у суспільство через те, що професійний SMM дозволяє зосередити увагу людини в таких місцях і подіях, на які вона не має часу або можливостей, наприклад, на перегляд телевізору та читання газети в громадському транспорті, під час обідньої перерви або ж при ранковому перегляді останніх новин у Facebook або Telegram.

Саме діджиталізація суспільства призводить до цифрової трансформації економіки, й щоб підприємці могли продовжувати займатися своєю діяльністю, вони повинні слідкувати цим світовим тенденціям та адаптуватися до змін. З 5,27 млрд. людей у світі, які мають смартфони, 4,48 млрд. використовують соціальні мережі [1], що підтверджує думку про необхідність застосування соціал-медіа маркетингу під час цифрової трансформації задля максимізації прибутку та підвищення рентабельності інвестицій у рекламу.

Також потрібно зазначити, що кожен власник підприємства повинен розуміти, яку мережу використовувати для проведення найефективнішого маркетингу. Хоч статистика показує, що серед соцмереж перше місце за використанням у світі займає Facebook (див. табл. 1), все ж вподобання суспільства різняться залежно від місця перебування, віку, менталітету.

Таблиця 1

Кількість користувачів різних соціальних мереж

Назва соціальної мережі	Кількість користувачів, млн.чол.
Facebook	2853
YouTube	2291
WhatsApp	2000
Instagram	1386
Facebook Masanger	1300
WeChat	1242
TikTok	732
QQ	606
Douyin	600

Telegram	550
----------	-----

Джерело: згруповано автором за інформацією [2]

Висновки. Отже, наведенні вище факти дають чітке розуміння того, що маркетинг у соціальних мережах стає більш популярним завдяки цифровій трансформації економіки і більшій свободі використання новітніх технологій для суспільства.

Список літератури

1. Статистика DIGITAL 2021 JULY GLOBAL STATSHOT REPORT: сайт статистичних звітів Datareportal. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-july-global-statshot>
2. Статистика кількості користувачів в соціальних мережах: сайт статистики Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>