

Рекламні засоби просування торгових марок ТЗОВ «Фокстрот» в мережі Інтернет

Вовк Наталія
Кафедра СКІДі
НУ «Львівська політехніка»
Львів, Україна
gnatyska@gmail.com

Демків Христина
Кафедра СКІД
НУ «Львівська політехніка»
Львів, Україна
kristina.demkiv2013@gmail.com

The article analyzes the main advantage main advantages of advertising their own brands of LLC "Foxytrot" on the social network Facebook author examines the SMM tools a means of popularizing household appliances and other equipment.

Ключові слова: реклама, торгова марка (ТМ), Social Media Marketing, соціальні мережі, Інтернет, рекламна кампанія, Facebook.

Соціальні мережі стали невід'ємною частиною сучасного суспільства. Вони динамічно розвивається, проникаючи в усі сфери життєдіяльності людства [2]. На сьогодні соціальні мережі є не лише засобом спілкування, а й засобом просування-реклами брендів, товарів і послуг серед споживачів [6]. Так як сучасне суспільство більше часу проводить саме у соціальних мережах, форумах реклама має значну ефективність.

Назва технологій, які займаються просуванням бренду в соціальних мережах і на блог-платформах, на мові інтернет-бізнесменів звучить як SMM (Social Media Marketing– маркетинг в соціальних мережах).

SMM (Social Media Marketing) – один із засобів просування своїх товарів та послуг за допомогою соціальних мереж. Головною метою SMM просування є підвищення впізнаваності бренду, зростання у споживачів зацікавленості до товару, постійна комунікація з потенційними та існуючими клієнтами [5].

У соціальних мережах публікуються матеріали, спрямовані на зрілу аудиторію. Facebook є глобальним міжнародним проектом, який постійно вдосконалюється і неухильно зростає, піднявши планку рейтингу світової популярності до позначки в 1,32 мільярда відвідувачів [6]. До слова, кожен шостий житель планети є користувачем Facebook [1]. Але головне, на чому варто робити наголос – це

написання якісного і унікального контенту ("ексклюзиву") для своєї цільової аудиторії.

Етапи популяризації товарів у соціальній мережі Facebook зображено на рис. 1.



Рис. 1. Етапи створення сторінки у соціальній мережі

Відповідно до зазначених етапів створено сторінку у мережі Facebook «Foxytrot's Brands» для популяризації власних брендів ТЗОВ «Фокстрот»: Bravis, Delfa, LeChef рис.2.

Таблиця 1. Статистика відвідування сторінки станом 1 травня 2017рік

Кількість друзів	252
Кількість дописів	17
Кількість коментарів	5
Кількість вподобань	113



- Створена сторінка у соціальній мережі Facebook

Сторінку у соціальній мережі Facebook варто рекламувати за допомогою технологій SMM. Так як технології більше спрямовані не на просування сайту в пошукових системах, а на безпосередню роботу з справжніми або майбутніми клієнтами – користувачами соціальної мережі Facebook. Застосування SMM-технологій для просування власних брендів ТзОВ «Фокстрот», адже компанія прийшла на внутрішній ринок з метою охоплення значної частини споживачів, формуючи у свідомості користувачів позитивний образ товарів, збільшуючи впізнаваність і лояльність до бренду.

Є п'ять основних типів просування у Facebook: стандартна реклама; рекламні новини; рекламні публікації; рекламовані програми; реклама заходів.

Для рекламування брендів ТзОВ «Фокстрот» у соціальній мережі будуть використовуватись рекламні публікації, рекламні новини та рекламні заходи [4].

Рекламні публікації Facebook дозволяють значно підвищити впізнаваність. Вони добре підходять для просування будь-якої акційної пропозиції, заходів, подій, оголошень або зображень.

Рекламні новини – контент (новини, огляди, статті), який просувається на платній основі через новинні стрічки користувачів [3]. У Facebook просувається конкретна сторінка. Публікацію про неї вподобають та поширюють популярні користувачі з великим числом передплатників. В результаті, ця інформація з'являється у стрічках новин тисячі користувачів. Підсумок – публікація поширюється мережею з великою швидкістю. Цей спосіб особливо ефективний тому, що дає

можливість дізнатися про існування бренду тим користувачам, які раніше з ним не стикалися.

Таким чином, реклама у соціальній мережі Facebook є ефективним засобом для просування ТМ ТзОВ «Фокстрот», а технологія SMM є одним із ефективних інструментів для популяризації реклами. Поєднання цих двох форм просування брендів дасть можливість не лише збільшити кількість покупців, а й підвищити власну конкурентоздатність ТзОВ «Фокстрот» на ринку побутової техніки.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Facebook : Вільна енциклопедія Вікіпедія [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki/Facebook>.
- [2] Web-communities in the context of modern scientific researches of the department of social communication and information / Andriy Peleshchyn, Nataliia Vovk, Marta Karapata, Roksolana Voloshchak // Інформація, комунікація, суспільство 2016 : матеріали 5-ої Міжнародної наукової конференції ІКС-2016. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2016. – С. 48–49.
- [3] Зубарь Ю. Переваги використання соціальних мереж для популяризації торгової марки чи продукту / Юлія Зубарь, Оксана Тимовчак-Максимець // Інформація, комунікація, суспільство 2014. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2014. – С. 218–219.
- [4] Навіщо потрібен SMM [Електронний ресурс]: <http://www.uamodna.com/articles/navischo-potriben-smm-ta-z-chogo-varto-pochynaty/>
- [5] Реклама як ефективний інструмент маркетингу [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://buklib.net/books/23413/>.
- [6] Vovk N. The needs of users of social networks in the modern information environment / Nataliya Vovk // Актуальні питання документознавства та інформаційної діяльності: теорії та інновації. – Одеса, Середняк Т.К. – 2016. – 385-390.
- [7] Vovk N. The resources and services of social networks for the popularization of national information resources of public authorities / Nataliia Vovk // Інформація, комунікація, суспільство 2016 : матеріали 5-ої Міжнародної наукової конференції ІКС-2016. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2016. – С. 168–169.