

# Просування діяльності підприємства малого бізнесу у мережі Інтернет

Наталія Вовк

Кафедра СКІД

Національний університет "Львівська політехніка"

Львів, Україна

Nataliia.S.Vovk@lpnu.ua

Христина Богуш

Кафедра СКІД

Національний університет "Львівська політехніка"

Львів, Україна

kryctyna@gmail.com

*Abstract. Recently the popularity of social networks has increased, so entrepreneurs do not lose the opportunity to use these platforms to promote their own business. Effective for beauty salons is a social network Instagram, where you can use various tools to promote your business account. Advertising on social networks is convenient because it is possible to instantly get feedback from your clients. It allows you to timely analyze the work done, edit plans, create new posts for effective content every time.*

**Ключові слова:** соціальна мережа, реклама, Instagram, контент, салон краси

В останні роки соціальні мережі набули великої популярності, як на території України, так і в усьому світі. Такі тенденції в інтернет-комунікації, як надмобільність та прагнення до максимальної та миттєвої інтерактивності не тільки спричинили неабияку популярність цих ресурсів у повсякденному спілкуванні користувачів Інтернету, а й істотно вплинули на функціонування бізнесу.

Головними причинами активного впровадження соціальних мереж в економічну діяльність стали: збільшення відвідувачів електронних сторінок компаній, полегшення пізнавальних операцій запам'ятовування та розпізнання логотипів чи торгових марок, розширення масштабів охоплення цільових аудиторій, пробудження цікавості потенційних споживачів, встановлення та налагодження зворотнього зв'язку з реальними та потенційними клієнтами, посилення ефекту «вірусного» розповсюдження інформації та її оперативне донесення до нових верств населення [1].

Соціальних мереж для просування бізнесу в Інтернеті безліч, слід лиш обрати, яка платформа

підійде саме до тематики обраної компанії. Адже не всі соціальні мережі будуть ефективні для різних видів бізнесів. Щодо уподобань соціальних мереж – до лідерів віднесли «візуальний» Instagram. Проте, використовувати фотомережу сьогодні використовують лише ті підприємства, які можуть представити свою діяльність саме через фото: салони краси, виробники хенд-мейд продукції, фотографи тощо.

Instagram – це відносно молодий онлайн-сервіс, який став вже достатньо потужною платформою для популяризації власного бізнесу.

Причин тому декілька: по-перше, в Instagram зареєстровані вже більше 1 мільярд користувачів, а це гарантує велике охоплення потенційних клієнтів і покупців. По-друге, він постійно розвивається: після придбання Instagram компанією Facebook їх аккаунти здатні взаємно інтегруватися, що дає додаткові можливості [3].



Рис. 1. Інформаційна модель створення сторінки салону краси у соціальній мережі Instagram

Оформлення профілю – це важлива частина успіху бренду. Ім'я облікового запису має обов'язково збігатися з назвою компанії або відображати суть головної пропозиції. В даних профілю необхідно вказати контактні дані,

локацію, графік роботи та короткий список послуг.

Якщо реклама в Instagram – єдиний канал комунікації з потенційними клієнтами, то варто віднести відповідально і до кольорової гами, стилю профілю. Візуально красивий профіль – це перша умова ефективного просування салону краси.

Контент – фотографії, відгуки, інформація про нові послуги, акції та розважальні дописи повинен бути якісним, цікавим та оригінальним [2].

Графік постинга, наприклад салону краси, варто вибудовувати так, щоб користувачі весь час пам'ятали про організацію, але в той же час і не втомлювалися від надлишку фотографій. Тому треба скласти контент-план (рис. 2).

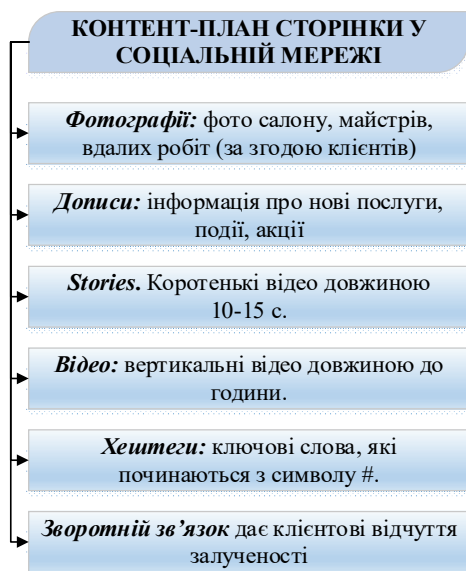


Рис. 2. Контент-плани розробки сторінки у соціальній мережі

Беручи до уваги усі зазначені вимоги, було створено сторінку салону краси “The Beauty Bar” у соціальній мережі Instagram (рис. 3.).

Розроблена сторінка наповнена інформацією про специфіку діяльності салону, місце розташування, даними про майстрів. Щодня проводиться оновлення сторінки новими фотографіями, описами подій, акцій тощо.

Станом на кінець квітня 2019 року (час існування сторінки – 5 місяців) отримано такі показники функціонування сторінки: 353 підписники (з них 60 % жінок), за тиждень в середньому – 250 відвідувань профілю і 5 дописів щодня.

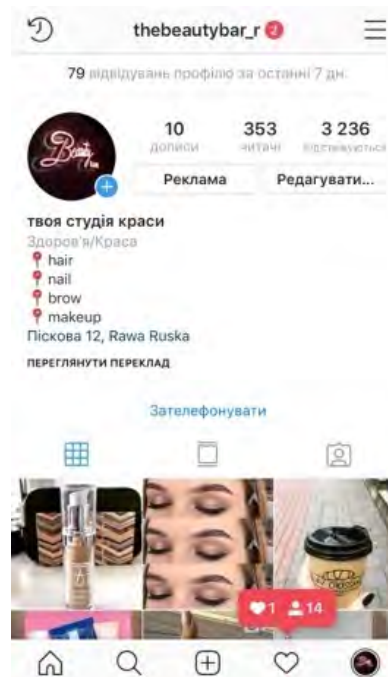


Рис. 3. Головна сторінка салону краси “The Beauty Bar” у соціальній мережі Instagram

Отже, використання різних інструментів соціальної мережі Instagram дозволяє компаніям розширити комунікативні канали зі своїми користувачами у віддаленому режимі.

Просування в соціальних мережах зручно тим, що тут можна миттєво отримати зворотній зв'язок за допомогою вподобань, поширень і коментарів. Це дозволяє вчасно аналізувати виконану роботу, редагувати плани, щораз створювати нові дописи для ефективного контенту.

## ЛІТЕРАТУРА

- [1] Вовк Н. Рекламні засоби просування торгових марок ТзОВ «Фокстрот» в мережі Інтернет / Х.Демків, Н.Вовк // Інформація, комунікація, суспільство 2017: матеріали VI Міжнародної наукової конференції ІКС-2017 [Електронний ресурс]. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – 79-80.
- [2] Занько Т. Соціальні мережі як новітні медіа: провокативний вплив на масову свідомість. / Т.Занько [Електронний ресурс].
- [3] Як використовувати Instagram для просування бізнесу: 13 практичних порад [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://rekroot-ori.blogspot.com/2016/03/instagram-13.html>.