

# Сервіси для вдосконалення та розвитку маркетингових комунікацій в соціальній мережі Instagram

Юліанна Дмитришин

Кафедра СКІД

Національний університет "Львівська політехніка"

Львів, Україна

yulianna9876@gmail.com

**Abstract.** *The theses explores how the development of marketing communication in social network Instagram helps to promote business. Determined that the main task of successful networking of companies is needing to keep up with the times and to search for new tools for effective communication with customers. It is necessary to take into account the dynamic nature of the development of social networks and marketing communications, which are constantly updated, and quickly lose their relevance and continuously explore new trends and factors that are on the market. Instagram is a powerful platform, so using marketing on Instagram is relevant today.*

**Ключові слова:** соціальні мережі, просування, сервіси, інтернет-маркетинг, соціальний медіа маркетинг, контент, Instagram, маркетингові комунікації.

Сьогодні соціальні мережі користуються усе більшою популярністю. Унікальність соціальних мереж полягає в тому, що вони дають можливість підприємству взаємодіяти безпосередньо зі споживачами, без нав'язливої дії традиційних маркетингових технологій.

Маркетинг в соціальних мережах дозволяє ефективно розвивати та просувати бренд, товар чи компанію на ринку, залучати велику кількість нових клієнтів, розширювати цільову аудиторію, покращувати репутацію компанії через формування лояльності споживачів до бренда.

Тому питання щодо особливостей застосування маркетингу в соціальних мережах є актуальним на сьогодні.

Instagram став однією з найпотужніших платформ серед соціальних мереж. Маючи

Олександр Марковець

Кафедра СКІД

Національний університет "Львівська політехніка"

Львів, Україна

oleksandr.v.markovets@lpnu.ua

понад один мільярд активних користувачів щомісяця, Instagram відкриває величезні можливості для брендів розвивати маркетингові комунікації, знаходити нових клієнтів, презентувати та популяризувати свою продукцію.

Instagram містить в собі багато засобів для маркетингових комунікацій. Однак, стандартних засобів недостатньо для ефективної роботи та просування. На сьогодні, завдяки зростаючій популярності Instagram, існує безліч сервісів та додатків для вдосконалення маркетингової стратегії, повного охоплення та задоволення потреб користувачів Instagram.

Серед них: Mssg.me, Taplink, SmmPlanner, Websta, Chotam, LabelUp, InstaLex, Tooligram, Totems Analytics, InstaOrders та ін.

За допомогою сервісу Mssg.me клієнт переходить за посиланням і бачить всі кнопки-переходи на месенджери і соціальні мережі компанії. Далі він натискає на зручну кнопку і його перекидає на діалог з адміністратором. Така веб-сторінка допомагає клієнтам знайти найкращий спосіб для зв'язку з продавцем. Для того, щоб створити таку веб-сторінку потрібно додати свої контакти та інформацію про свої продукти та розмістити посилання на сторінці в Instagram.

Taplink дозволяє клієнтам переглядати і оплачувати товари прямо в додатку Instagram. Окрім того, можна створити блок з відповідями на типові запитання, інформаційну візитку запуснути обмежену за часом акцію з таймером зворотного відліку, отримувати повідомлення про нові заявки в месенджер і на пошту. Функції

Taplink суттєво економлять час продавцю та клієнту. Всі модулі інтуїтивні та швидко налаштовуються.

SmmPlanner – додаток для відкладеного постингу. За допомогою сервісу можна безкоштовно публікувати до 50 постів в місяць.

Websta – додаток допомагає користувачам знаходити сторінку компанії за хештегом, попередньо згенерувавши і просуваючи їх. Сервіс – англomовний, але інтуїтивно зрозумілий.

StarComment – додаток, який відстежує активність підписників сторінки в Instagram. Також сервіс може встановити спостереження за сторінками конкурентів. Звіти про свою роботу програма надсилає в телеграм і на електронну пошту скриньку.

Chotam – сервіс допомагає ефективно працювати з аудиторією. Додаток відстежує негативні коментарі і питання від користувачів.

Програма LabelUp посередник між блогерами та власниками аккаунтів. Реклама у лідерів думок відмінно просуває сторінку, але швидко знайти таких людей і проаналізувати ефективність реклами у них дуже складно. LabelUp допомагає підібрати потрібно блогера. Додаток аналізує такі параметри як: стаття, інтереси, аудиторія, вік і багато інших.

Totems Analytics – аналітична платформа для Instagram. Дозволяє відстежувати статистику відвідувань і активності сторінки і порівнювати значення з конкурентами. Можна стежити за такими показниками, як профіль аудиторії, зростання аудиторії, кількість лайків та коментарів, залучення користувачів; Totems Analytics дозволяє визначити найбільш успішні пости.

InstaOrders дозволяє здійснювати продажі через Instagram. Додаток надсилає лист на e-mail кожен раз, коли в додатку оформлене замовлення. Для роботи потрібно імпортувати фотографії товарів зі сторінки, вказати ціни та синхронізуватись з додатком.

Правильний підхід до цих інструментів дозволяє компанії заявити про себе на ринку, підвищити рівень продаж, сформувати власний позитивний імідж. Ці сервіси є унікальним інструментом взаємодії бізнесу та споживача який необхідно використовувати вже сьогодні.

Отже, можна зробити висновок про те, що маркетингові комунікації в соціальній мережі Instagram не можуть бути достатньо ефективними без використання сервісів та інструментів, які допомагають автоматизувати діяльність в Instagram, проводити аналітику, просувати сторінку та взаємодіяти з клієнтами. Для ефективного використання цих засобів потрібно оцінити ситуацію, проаналізувати свою аудиторію, переконатися в правильності їх використання для досягнення оптимальних результатів.

## ЛІТЕРАТУРА

- [1] Andrew Macarthy, “Social Media Marketing Tips: Essential Advice, Hints and Strategy for Business Facebook, Twitter, Pinterest, Google+, YouTube, Instagram, LinkedIn, and More!”, 2018 [in English].
- [2] А.Пелещин, А.Вус, О.Марковець, “Побудова формальної моделі віртуальних спільнот як середовища соціокомунікативного протиборства”, Вчені записки таврійського національного університету імені Вернадського, Серія: технічні науки, 2018, том 29 (68) № 4, с. 201-208.
- [3] Marijke De Veirman, “Marketing through Instagram influencers: the impact of number of followers and product divergence on brand attitude”, 2017 [in English].
- [4] Сальо М., Марковець О., “Етапи просування інтернет-магазину в соціальній мережі Instagram”, Інформація, комунікація, суспільство (ICS-2019) Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2019. С. 75–76.
- [5] M. Stelzner, “Social Media Marketing Industry Report. How Marketers Are Using Social Media to Grow Their Businesses”, 2012 [in English].
- [6] Марковець О. В., Березняк Є. Ю., Лисик Б. О., Кравець Р. Б., “Інформаційна модель системи проведення соціологічних досліджень у веб-середовищі”, Вісник Національного університету “Львівська політехніка”, Серія Інформаційні системи та мережі: – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2016. – № 854. – С. 274-282
- [7] Башинська, І. О. “Маркетингові комунікації підприємства у соціальних мережах», Економічні науки. Серія “Економіка та менеджмент”. – 2012. – Випуск 9 (34). – Частина 1. – С. 36-41.