

Олена Небилиця

*к.е.н., доц., доц. каф.маркетингу ХНЕУ ім С.Кузнеця
elena.nebulitsa@ukr.net,*

Софія Норіна

*студентка магістратури
ХНЕУ ім. Семена Кузнеця
sonya.norina2709@gmail.com*

ТАРГЕТОВАНА РЕКЛАМА В МЕРЕЖІ INSTAGRAM ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ DIGITAL-МАРКЕТИНГУ

Digital-маркетинг сьогодні важливий як ніколи. В умовах воєнного стану, інвестиції в цифрові технології, використання різних каналів залучення й утримання цільової аудиторії допомагають бізнесу не тільки розвиватися, а й «вижити». Так, за дослідженням Всеукраїнської рекламної коаліції на початку війни український ринок ледве не перестав існувати, а за підсумками 2022 року впав на 63% [1]. Тому впровадження грамотної сучасної маркетингової стратегії є головною та необхідною умовою функціонування бізнесу сьогодні.

В сучасному світі з'явилося безліч варіантів просування своїх послуг та товарів. Вік технологій відкрив багато платформ, які дають змогу в різних формах ефективно використовувати інструменти digital- маркетингу. Так, серед найкрупніших платформи для реклами можна виділити YouTube, Instagram, Facebook, TikTok та Telegram.

Слід зазначити, що у зв'язку з війною, люди стали набагато більше використовувати соціальні мережі. Збільшення перегляду новин, подій, відстеження повітряної тривоги надали більші можливостей розвинути рекламу в мережі. Так, в порівнянні з 2022 роком кількість користувачів соціальних мереж серед населення у поточному році збільшилась більш ніж на 17% і становить 76,6% (порівняно з 2022 р - 59 %) [2].

На сьогодні одним із дієвих інструментів digital- маркетингу є введення бізнес-аккаунтів в Instagram, де є майже всі види діяльності (продаж авто, косметичні послуги, медичні послуги, купівля товарів для будь якої сфери життя, розважальні заклади, заклади харчування та ін.). При веденні бізнес-сторінки спеціальні відділи розробляють план свого контенту, публікують фотографії, відео, в яких детально описуються послуги чи товари. Таргетована реклама дає можливість на просторі цієї площадки ефективно просувати бізнес-сторінки за допомогою реклами всередині системи.

Однією з основних переваг таргетованої реклами є її ефективність. Завдяки цьому інструменту бізнеси можуть скоригувати свою рекламну стратегію та зосередитися на своїй цільовій аудиторії. Наприклад, компанії, які спеціалізуються на продажу товарів для військових або постраждалих від війни, можуть зосередити свою рекламу на військових чи місцях зі знищеною інфраструктурою. Це дозволяє їм ефективніше залучати клієнтів і займати вільний ринок.

Крім того, реклама в Instagram може бути дуже креативною і привабливою. Завдяки широкому спектру форматів (текстових оголошень, фотографій, відеороликів тощо) рекламодавець може ефективно передати своє повідомлення та зачепити увагу цільової аудиторії. Варто зауважити, що на сьогоднішній день найбільш ефективний формат подання інформації в Instagram є відео. Відеоконтент зараз процвітає, і його інтеграція в маркетингові стратегії є життєво важливим елементом digital-маркетингу. Відео змінило споживання контенту, тому що воно надає інформацію набагато більш інтерактивним, та візуальним. Крім того, відео є природним засобом оповідання, що робить його ефективним методом переконання. Так, згідно з дослідженням Hubspot, 96% споживачів у віці від 18 до 34 років дивляться відео кілька разів на тиждень, а 75% мілленіалов дивляться хоча б одне відео в день [3]. Це ж дослідження Hubspot також показує, що відео допомагають залучити бренд і продавати його, а також впливають на рішення споживачів про покупку. Фактично 64% споживачів стверджують, що рекламні ролики вплинули на їх рішення про покупку.

Однак, при плануванні реклами в мережі необхідно враховувати також культурно-мовний контекст та особливості українського сегменту Інтернет-простору, що стало ще актуальніше в період війни. Важлива якість успішної таргетованої реклами в мережі Instagram - це автентичність і спільна ідентифікація з цільовою аудиторією.

Таргетована реклама в мережі Instagram дає можливість бізнесу «розкривати» свої продукти на більш широку аудиторію, що особливо важливо в умовах війни, коли ситуація швидко змінюється. Завдяки таргетованій рекламі, компанії можуть зменшити рекламні витрати, орієнтуючись на конкретні сегменти аудиторії, замість загальних рекламних кампаній. В період війни дуже актуальною стала таргетована реклама підприємств, благодійних фондів та волонтерів для поширення інформації про гуманітарні дії та допомогу населенню, що постраждали. При цьому, треба зазначити, що зовсім не доцільно використовувати війну як ситуацію для просування маркетингового повідомлення про бренд. Брендам потрібно намагатися завжди бути в курсі поточної воєнної, економічної, політичної ситуації, щоб у разі необхідності бути готовим змінити маркетинговий підхід.

Таким чином, таргетована реклама в мережі Instagram на сьогодні є потужним і ефективним інструментом digital-маркетингу для просування товарів і послуг. Вона дозволяє досягти точного таргетингу, бути креативною та привабливою для користувачів.

Список використаних джерел

1. Forbes Ukraine. URL:<https://forbes.ua/innovations/u-prioriteti-dorechnist-ta-efektivnist-yak-pravilno-reklamuvati-biznes-pid-chas-viyini-14032023-11925>
2. GlobalLogic. URL: <https://www.globallogic.com/ua/about/news/social-networks-and-opportunitites/>
3. Video Marketing Statistics 2022. URL: <https://www.wyzowl.com/video-marketing-statistics/>