

Кутько Олександра Віталіївна, здобувач вищої освіти Навчально-наукового інституту менеджменту і маркетингу
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

Науковий керівник: Афанасьєва Олена Миколаївна, старший викладач кафедри бізнес-журналістики і цифрових медіа
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

ЯК ІНТЕРАКТИВНІ ВІДЕО В INSTAGRAM ПІДВИЩУЮТЬ ЗАЛУЧЕНІСТЬ АУДИТОРІЇ ТА ЗМІЦНЮЮТЬ БРЕНД

Сьогоднішній цифровий світ потребує нових підходів до залучення аудиторії. Соціальні мережі відіграють ключову роль у маркетингових стратегіях компаній, і Instagram є однією з найпопулярніших платформ. Останнім часом інтерактивні відео в Instagram стали ефективним інструментом для взаємодії з користувачами, адже вони не лише привертають увагу, але й підвищують рівень залученості. Ці відео надають користувачам можливість активно взаємодіяти з контентом, що зміцнює бренд і підвищує його впізнаваність. Інтерактивні відео в Instagram значно підвищують рівень залученості аудиторії та зміцнюють бренд завдяки своїм можливостям для взаємодії, персоналізації контенту та емоційному впливу на користувачів. Інтерактивні відео дозволяють користувачам безпосередньо впливати на контент через такі елементи, як опитування, вікторини або інтерактивні стікери. Це створює можливість для користувача не тільки переглянути відео, але й стати його частиною. Така активна взаємодія допомагає зосередити увагу на повідомленні бренду, підвищуючи ймовірність того, що користувач запам'ятає інформацію та повернеться до бренду в майбутньому.

Інтерактивні елементи у відео можуть бути налаштовані відповідно до інтересів та потреб кожного користувача. Це створює відчуття особистої взаємодії з брендом. Наприклад, можливість обирати варіанти розвитку подій у відео або відповідати на питання, що стосуються персональних уподобань, робить контент більш релевантним для конкретного користувача, що в свою чергу підвищує рівень залученості [1, електронний ресурс]. Інтерактивні відео створюють емоційні зв'язки між користувачем і брендом. Люди більше схильні пам'ятати контент, який викликає емоції — чи то захоплення від цікавої історії, чи задоволення від гри або вікторини. Такий контент часто стає вірусним, коли користувачі діляться ним з друзями, підсилюючи охоплення та впізнаваність бренду. За допомогою інтерактивних відео бренди можуть зібрати цінні дані про поведінку та вподобання своєї аудиторії. Це дає можливість адаптувати контент під конкретні інтереси користувачів, роблячи його ще більш привабливим. В результаті, відео стають не тільки інструментом залучення, але й джерелом аналітичних даних, що допомагає брендам постійно вдосконалювати свої стратегії.

Інтерактивні відео в Instagram мають значний вплив на рівень залученості аудиторії завдяки своїм можливостям для взаємодії. Користувачі можуть безпосередньо брати участь у контенті через різні елементи, такі як опитування, вікторини чи інтерактивні стікери. Це не просто перегляд — це активна участь, яка

дозволяє аудиторії відчутися частиною бренду. Такий формат спонукає користувачів залишатися на сторінці довше та запам'ятовувати інформацію, що важливо для формування позитивного іміджу бренду. Окрім того, інтерактивні відео пропонують можливість персоналізувати контент під конкретного користувача, що значно підвищує рівень його залученості [2, 1]. Коли користувач відчуває, що контент створений з урахуванням його інтересів, це підвищує довіру до бренду та стимулює подальшу взаємодію. Бренди можуть використовувати інтерактивні елементи для створення унікальних історій або питань, які безпосередньо стосуються уподобань їхньої цільової аудиторії. Це додає контенту додаткову цінність і робить його більш привабливим для користувачів. Також важливо відзначити емоційний вплив, який мають інтерактивні відео. Користувачі краще запам'ятовують контент, що викликає у них емоції. Інтерактивні елементи можуть створювати радість, захоплення або цікавість, що робить взаємодію з брендом більш захопливою. Такі відео часто стають вірусними, оскільки користувачі діляться ними зі своїми підписниками, що призводить до збільшення охоплення аудиторії і подальшого зміцнення бренду. Інтерактивні відео також надають брендам можливість збирати важливі дані про поведінку та уподобання своєї аудиторії. Це дозволяє краще розуміти потреби користувачів і адаптувати контент під їхні інтереси, що робить його ще більш ефективним. Отже, бренди отримують не тільки інструмент для залучення, а й джерело цінних даних для подальшої оптимізації маркетингових стратегій.

Інтерактивні відео також сприяють більш глибокій і тривалій взаємодії між брендом та аудиторією, оскільки вони створюють ефект занурення в контент. Глядачі відчувають себе активними учасниками процесу, а не пасивними спостерігачами. Це відкриває можливості для побудови тривалих відносин із брендом, що стає основою для формування лояльності. Чим більше користувачі взаємодіють із інтерактивним контентом, тим міцнішим стає їхній зв'язок із брендом. Це важливо, оскільки сучасні користувачі цінують індивідуальний підхід і можливість висловити власну думку чи впливати на розвиток подій. Крім того, інтерактивний формат дозволяє брендам експериментувати з різними формами подачі інформації, роблячи контент більш різноманітним і захопливим. Відео можуть містити ігрові елементи, що перетворює процес перегляду на розвагу, або включати інструменти для збору зворотного зв'язку від аудиторії, що дозволяє отримати важливу інформацію про вподобання і потреби. Такі механізми не тільки підтримують інтерес до контенту, але й підвищують ймовірність того, що користувачі залишаться залученими на тривалий період часу [2,5]. Також не варто забувати, що інтерактивні відео мають високий потенціал для вірусного поширення. Коли користувачі активно залучені до контенту, вони частіше діляться ним зі своїми підписниками, родичами або друзями, що збільшує охоплення. Бренд стає помітним для ширшої аудиторії, яка можливо раніше не стикалася з його продуктами чи послугами. Це відкриває додаткові можливості для розширення бази клієнтів і посилення брендової впізнаваності. Отже, інтерактивні відео в Instagram є не тільки інструментом для залучення користувачів, але й важливим механізмом для зміцнення довіри, створення емоційного зв'язку та формування стійкої лояльності. Завдяки гнучкості цього формату, бренди можуть адаптувати контент під конкретні цільові аудиторії, що робить його більш релевантним і цінним. Інтерактивні

елементи відео, такі як опитування, вікторини, стікери та реакції, відкривають нові можливості для залучення аудиторії, роблячи її більш активним учасником процесу споживання контенту. Вони перетворюють перегляд із пасивного досвіду в інтерактивну взаємодію, що залучає користувачів на глибшому рівні. Наприклад, опитування дозволяють підписникам висловити свою думку на конкретну тему, що дає відчуття залученості в прийняття рішень або в обговорення питань, які важливі для бренду. Вікторини додають ігровий елемент, стимулюючи користувачів повертатися до сторінки та брати участь у заходах, які поєднують розваги та пізнавальний контент. Стікери та реакції дають можливість миттєвої взаємодії з контентом через емоційні або візуальні відповіді. Це створює простір для миттєвого зворотного зв'язку, що не тільки стимулює користувачів залишати коментарі, але й показує бренду, як його контент сприймається в реальному часі. У результаті аудиторія відчуває, що її думки важливі, що зміцнює довіру до бренду. Такі інтерактивні елементи підвищують час, який користувач проводить з контентом, і збільшують шанси на те, що він поширить цей досвід серед інших. Інтерактивні відео створюють відчуття близькості між брендом і аудиторією, завдяки чому спілкування стає більш персоналізованим і теплим. Користувачі відчувають увагу до своїх інтересів, коли відео дозволяє їм впливати на його хід або давати зворотний зв'язок через інтерактивні механізми. Такий підхід допомагає бренду спілкуватися з аудиторією на більш інтимному рівні, створюючи відчуття турботи та уваги до деталей. Це, у свою чергу, підсилює лояльність і створює емоційний зв'язок між брендом і користувачем, що важливо для довготривалого успіху. Інтерактивний контент також має тенденцію поширюватися частіше, ніж традиційні формати, завдяки його здатності викликати більший інтерес та емоційну реакцію. Користувачі охоче діляться інтерактивними відео, оскільки вони пропонують унікальний досвід, який можна пережити разом з друзями або підписниками. Такий контент стає не просто інформаційним, а досвідом, який люди прагнуть поширити серед своїх контактів. Більше того, інтерактивний формат стимулює обговорення, що ще більше збільшує органічне охоплення. Це робить інтерактивні відео потужним інструментом для підвищення впізнаваності бренду, адже користувачі не лише самі взаємодіють із контентом, але й мотивують інших робити те ж саме, що створює ефект "вірусного" поширення. Відео допомагають брендам не тільки створювати тісніший зв'язок із аудиторією, але й значно збільшують їхнє охоплення за допомогою органічного поширення контенту в соціальних мережах. Ця здатність інтерактивних відео до природного поширення робить їх незамінним інструментом у сучасних маркетингових стратегіях. Коли користувачі беруть участь в опитуваннях, грають у вікторини або взаємодіють зі стікерами й реакціями, вони не тільки проводять більше часу з контентом, а й підсилюють особисте зацікавлення в бренді. Це призводить до того, що контент стає більш релевантним і цікавим для їхнього соціального кола, створюючи ефект ланцюгової реакції.

Бренди, що використовують інтерактивні відео, отримують можливість поширювати свої повідомлення природним шляхом через аудиторію, яка фактично бере участь у формуванні іміджу та повідомлення бренду. Це підсилює довіру, адже рекомендації або поширення від друзів і знайомих мають значно більший вплив, ніж традиційна реклама. Такі відео не лише залучають поточну аудиторію, але й

допомагають досягти нових споживачів, які можуть бути зацікавлені завдяки рекомендаціям інших. Крім того, інтерактивний контент сприяє тому, що користувачі частіше повертаються до сторінки бренду, очікуючи нові цікаві можливості для взаємодії. Це не тільки збільшує час взаємодії з брендом, але й підвищує лояльність аудиторії. Вони більше зацікавлені в тому, щоб дізнатися про нові продукти, акції або новини бренду через цікавий ігровий формат або можливість висловити свою думку. Регулярна взаємодія через інтерактивний контент формує стійку звичку, роблячи бренд частиною повсякденного життя користувача. У кінцевому підсумку інтерактивні відео забезпечують значну конкурентну перевагу [3,1]. Вони не тільки допомагають привернути увагу, але й перетворюють пасивних спостерігачів на активних учасників, залучаючи їх до процесу створення та поширення контенту. Завдяки цьому бренди можуть краще зрозуміти потреби своєї аудиторії, створювати більш релевантний і персоналізований контент, що резонує з користувачами, зміцнюючи емоційний зв'язок між ними.

Підсумовуючи вище сказане, інтерактивні відео в Instagram є потужним інструментом для підвищення залученості аудиторії та зміцнення бренду. Вони перетворюють пасивний перегляд у активну взаємодію завдяки елементам, як-от опитування, вікторини, стікери та реакції, що дозволяє користувачам безпосередньо впливати на контент. Це створює відчуття близькості та уваги з боку бренду, підвищує рівень довіри та формує емоційний зв'язок із аудиторією. Інтерактивний формат контенту частіше поширюється серед користувачів, збільшуючи охоплення та впізнаваність бренду завдяки органічним рекомендаціям і вірусному поширенню [3, 2]. Такий підхід не лише підтримує зацікавленість аудиторії, але й допомагає брендам краще адаптувати свої стратегії, створюючи персоналізований контент, що резонує з користувачами, сприяючи їхній лояльності та довготривалій взаємодії.

Список використаних джерел:

1. <https://www.rivaliq.com/blog/interactive-instagram-story/>.
2. Найкращий посібник зі створення відео для Instagram, за ред. Christie Passaris, 2023 р. -1-5 с.
3. Як підвищити впізнаваність бренду: ефективні поради, за ред. Анна Носок, 2023 р.- 1-2 с.