

**Анастасія ОТВІНОВСЬКА**  
здобувач вищої освіти I курсу ОС «магістр»  
спеціальності 061 «Журналістика»  
Науковий керівник: **НАСМІНЧУК Ірина Анатоліївна**  
кандидат філол. наук, доцент,  
доцент кафедри журналістики  
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка,  
м. Кам'янець-Подільський

## **ВІРТУАЛЬНИЙ ПРОСТІР СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ INSTAGRAM: НАЛАГОДЖЕННЯ БІЗНЕСУ ЗА ДОПОМОГОЮ ТАРГЕТОВАНОЇ РЕКЛАМИ ЯК МЕТОД ПРОСУВАННЯ КОМПАНІЇ**

У сучасному світі немає сумнівів, що таргетована реклама стала невід'ємною частиною просування власного бізнесу в соціальних мережах. Популярність рекламних технологій активно розвивається як по всьому світу, так і в Україні. На сьогодні індустрія реклами знаходиться в постійному розвитку. Вона стала важливою складовою для багатьох компаній, організацій та й для більшості людей в цілому. Якщо виокремлювати розуміння про рекламу, слід назвати сукупність технологій або заходів, які спрямовані на підтримку іміджу товару чи послуг, власне бренду або компанії, що допомагає їм розвиватися. Основою є таргетована реклама, оскільки можна вважати, що компанії або інтернет-магазини, що використовують таргет та його технології досягають швидкого успіху та всіх цілей при взаємодії з цільовою аудиторією. Таргет є важливою складовою, оскільки в першу чергу це допомагає:

- привернути увагу потенційних клієнтів;
- створити своє індивідуальне позиціонування на ринку;
- просувати різні товари та послуги;
- побудувати зв'язки з громадськістю;
- зробити впізнаваною вашу фірму;
- підвищити продажі ваших продуктів;
- сформувати цінності вашого бренду.

Таргетована реклама – це актуальна послідовність дій, яка в однакових умовах завжди призводить до одного й того ж результату. В кожній сфері діяльності вона виробляє свою технологію, а специфіка полягає в тому, що вони завжди орієнтовані та спрямовані на суспільство [1, с. 304].

Рекламні технології націлюють на отримання необхідного ефекту при заданих ресурсах. Таргетована реклама – спеціальний рекламний механізм, який дозволяє виділити з усієї аудиторії тільки цільову (ЦА) та показати рекламу саме їй. Таргетована реклама – це оголошення, максимально релевантні до запитів користувачів. Вони бувають медійними, мультимедійними або текстовими [2, с.123]. Це означає її дискретність. Коли виникає відповідна потреба, таргетована реклама розроблена і реалізована правильно, то її використання призводить до вирішення поставленого завдання, що є кінцевою точкою функціонування та просування бізнесу.

Встановлено, що реклама в мережі займає все більшу частку в рекламних бюджетах західних компаній. Поясненням такого розподілу є прагнення компаній охопити велику кількість аудиторії при порівняно невеликих рекламних витратах та можливість точно оцінити ефективність від розміщення рекламного звернення [3, с. 12]. Таргетована реклама спрямована на цільову аудиторію, яка відповідає певному набору вимог, заданому рекламодавцем. Вона показується цій аудиторії незалежно від того, шукають вони зараз цей товар чи ні. Вони можуть взагалі не знати про товар, але він їм «потенційно цікавий». А значить такі люди цікаві рекламодавцю. З ростом уваги до даного сегменту ринку виникають закономірні питання про ефективність реклами на даних ресурсах [4, с. 34]. Бізнес буде ефективно просуватися, якщо застосовувати таку технологію з початку зародження бізнесу в Instagram. Для того, щоб залучати в акаунт потенційних покупців, потрібно знати «хто вони». Власне, саме просування починається зі складання портрета цільової аудиторії. У нього входять такі параметри: стать, вік, середній рівень доходу, місце проживання та інтереси. Після того, як ви зрозумієте хто ваша цільова аудиторія, потрібно просто її знайти. За великим рахунком все просування

в Instagram складається з умінь знаходити цільову аудиторію і давати їй те, чого вона хоче [5, с. 78-79].

У висновку за допомогою цієї функції можна швидко та недорого збільшити численність підписників, а також можна обрати аудиторію, яку ви безпосередньо хотіли б залучити до свого бренду. Якщо ви використовуєте в своєму бізнесі таргет, видно значну різницю в статистиці, так як охоплення значно вище, ніж з без цієї технології. При правильному застосуванні реклами це принесе велику користь для вашого інтернет-магазину. Під час просування бізнес-акаунту це сприяє:

- економії грошей та часу;
- впізнаваності;
- обговорювання інтернет-магазину;
- збільшенню численності підписників;
- популяризації бренду.

#### **Список використаних джерел:**

1. Барден Ф. Код зламано, або наука про те, що змушує купувати 2017. 304 с.
2. Герасимчук Т.А. Управління маркетингом підприємств торгівлі в соціальних мережах. Реклама: інтеграція теорії та практик: тези доповідей XI міжнародної наук.-практ. конф. Київ, 2017. С. 22–24.
3. Гузь В. О. Вплив реклами на поведінку споживача. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. 2015. № 3 (19). С. 12–16.
4. Голік О. В. Ефективність таргетингової реклами в мережі Facebook. *Реклама: інтеграція теорії та практики: тези доп. XI Міжнарод. наук.-практ. конф. (м.Київ, 23 листопада 2017 р.)*. 2017. С.24–27.
5. Данілова Л., Ратинський Л. Instagram як ефективний інструмент просування товарів та послуг на ринок. *Реклама: інтеграція теорії та практики: тези доп. XI Міжнарод. наук.-практ. конф. (м.Київ, 23 листопада 2017 р.)*. 2017. С.36–38.