

Ірина КУТНЯ,
здобувачка 2 курсу спеціальності «Економіка»
Сергій ВАСИЛЬЄВ,
канд. екон. н., доцент кафедри економіки
Дніпровський державний аграрно-економічний університет,
м. Дніпро

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА ПРОДАЖІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасному світі соціальні мережі стали не лише місцем для спілкування та розваг, але й важливим каналом комунікації для бізнесу. Швидкий та постійний розвиток цього сегменту інтернет-простору створює нові можливості для компаній будь-якого масштабу, від малого бізнесу до великих корпорацій. Сучасний бізнес не може ігнорувати вплив соціальних мереж на споживачів, оскільки ці мережі стали не лише майданчиком для взаємодії, але й важливим інструментом для залучення уваги та збільшення продажів [1].

Соціальні мережі продовжують зростати і еволюціонувати на швидкому та непередбачуваному шляху. Нові платформи, функції та тренди постійно з'являються, надаючи бізнесу безліч нових можливостей для взаємодії з клієнтами та партнерами. Створення та підтримка сторінок у соціальних мережах стає необхідним елементом стратегії маркетингу та розвитку бізнесу. Проте, успіх у соціальних мережах не полягає лише в наявності профілю [3]. Він вимагає стратегічного планування, вміння пристосовуватися до змін та постійного вдосконалення стратегій. Тож розглянемо ключові фактори, які впливають на розвиток соціальних мереж:

- ефективна стратегія присутності в соціальних мережах може збільшити обізнаність споживачів щодо певної ніші в залежності від вашого бізнесу, що сприяє збільшенню потенційної аудиторії та інтересу до бренду [1];

- взаємодія з клієнтами через соціальні мережі дозволяє підприємствам збирати відгуки, відповідати на запитання та вирішувати проблеми, що збільшує рівень задоволеності клієнтів та підвищує їх лояльність [3];

- створення цільового контенту на основі досліджень та аналітики соціальних мереж дозволяє підприємствам привертати увагу потенційних клієнтів, демонструючи переваги своїх продуктів у порівнянні з конкурентами;
- ефективна рекламна кампанія в соціальних мережах сприяє збільшенню продажів засобів захисту рослин шляхом точного таргетування аудиторії, залучення нових клієнтів та збільшення конверсії [2];
- моніторинг активності конкурентів у соціальних мережах дозволяє підприємствам адаптувати свою стратегію маркетингу та продажів, шукаючи нові можливості для розвитку та покращення продуктів;
- активна участь у спільнотах та форумах у соціальних мережах дозволяє підтримувати діалог з клієнтами, ділитися корисною інформацією та створювати сприятливу атмосферу для взаємодії;
- використання відеоконтенту у соціальних мережах для демонстрації ефективності та застосування продуктів може значно збільшити впізнаваність бренду та сприяти зростанню продажів [3];
- регулярне проведення акцій, конкурсів та розіграшів у соціальних мережах створює додатковий інтерес споживачів до продукту та сприяє збільшенню залученості аудиторії.
- взаємодія з впливовими особистостями (інфлюенсерами) у соціальних мережах може допомогти залучати нових клієнтів та підвищувати довіру до свого бренду. Тому що, такі люди будуть проводити огляди ваших товарів цим самим рекламувати самі товари та ваш бренд [2].

Список використаних джерел:

1. Кударь Є. Як зробити швидкий старт у просуванні бізнесу соцмережах.
URL: <https://mmr.ua/show/yak-zrobyty-shvydkyj-start-u-prosuvanni-biznesu-v-soczmerezhah>
2. Спілкування з елітарною аудиторією через соціальні мережі FACEBOOK, TWITTER I TELEGRAM. URL:

<https://mbatime4u.com/uk/spilkuvannja-z-elitarnoi-auditoriiju-cherez-socialni-merezhi-facebook-twitter-i-telegram/>

3. Соціальні мережі для бізнесу – використовуємо правильно! URL:

<https://webprofit.com.ua/sotsialni-merezhi-dlya-biznesu/>