

МЕТОДИ ПРОСУВАННЯ НОВИХ БРЕНДІВ ОДЯГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Волошина А.О.

Національний авіаційний університет. Київ

Науковий керівник: Кулинич Олександра Іванівна

Соціальні мережі в 21 столітті виступають як повноцінна

платформа для будівництва комунікації компанії (особистості) з аудиторією. Останні 10 років можна спостерігати стрімкі зміни в прийнятті їх оточуючими. Крім особистих сторінок все частіше можна зустріти різноманітні корпоративні пабліки, які всебічно розвиваються з кожним днем.

Під брендом прийнято вважати торгову марку, яка за часи свого існування побудувала свій імідж та репутацію. Часто можна зустріти коли брендом вважають таку сукупність як логотип та назва, але ні, потрібно ще враховувати те, як приймається компанія та її товар/послуги клієнтами.

Брендинг — це так звана сукупність дій, які направлені на формування затребуваного іміджу компанії, який потребує клієнт/аудиторія. Якщо простіше, це управління репутацією та торговою маркою. Методи використання брендингу бувають абсолютно різні: від простої обробки фірмового стилю до проведення цілісного піар просування компанії в інтернеті.

Бренд дозволяє ідентифікувати та виділити конкретний бренд/товар серед багатьох інших конкурентів. Вплив бренду дозволяє вплинути на підсвідомість клієнта, та обрати правильний вибір, який буде вигідний для компанії.

Головними перевагами просування бренду в соціальних мережах є в першу чергу доступність. Вона полягає в тому, що в порівнянні з інструментами для просування в офлайн, онлайн-інструменти є більш дешевими. Далі ми можемо додати в список гнучкість та високий рівень актуальності. Це і є одні із пунктів які говорять про те, що соціальні мережі є досить затребуваними, і навіть необхідними для розвитку та просування бізнесу.

Особливості та переваги інтернет-просування бренду в соціальних мережах:

- Охоплення величезної аудиторії
- Висока швидкість розповсюдження інформації (створити та розповсюдити інтернет-магазин є набагато швидше та легше, ніж магазин з товаром такої ж категорії, але офлайн)
- Можливість оперативного управління та контролю в будь який час, з будь-якої точки.
- Взаємодія з аудиторією (елементарний коментар під постом вже впливає на комунікацію з аудиторією. Соціальні мережі дозволяють багатьма методами комунікувати з аудиторією, що в свою чергу також сприяє на розвиток бренду)
- Низька вартість проведення маркетингових заходів
- Ведення статистики, проведення дослідження, будова прогнозів

— все це в якійсь мірі впливає на розвиток бренду в соціальних мережах.

Просування в соціальних мережах не так легко, як здається на перший погляд. Просування — це насправді процес довжиною в ціле життя бренду. Під час розробки цілі повинні бути конкретні та вимірні. Тільки з таким планом бренд можна вивести на високий рівень доходу.

Список використаних джерел:

1. Наукова стаття за спеціальністю «ЗМІ та масові комунікації».
2. В.Гольденберг «Соціальні мережі як інструмент сучасного маркетингу».
3. Максим Варганич «Продвижение в сети Интернет: мифические выгоды или реальные инструменты» 2020р.
4. Романовський О.Г., Серета Н.В., Воробйова Є. В. Основи публік рилейшнз: навчально-методичний посібник. Х. : НТУ «ХПІ», 2015.