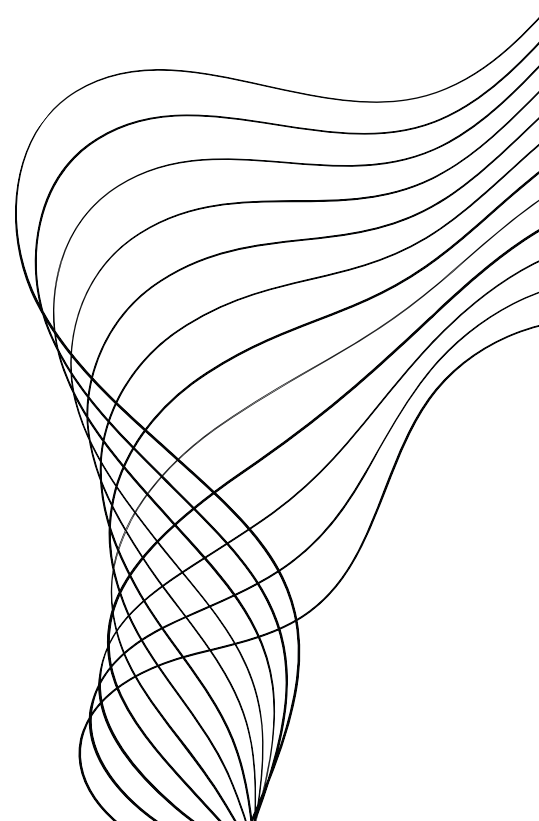
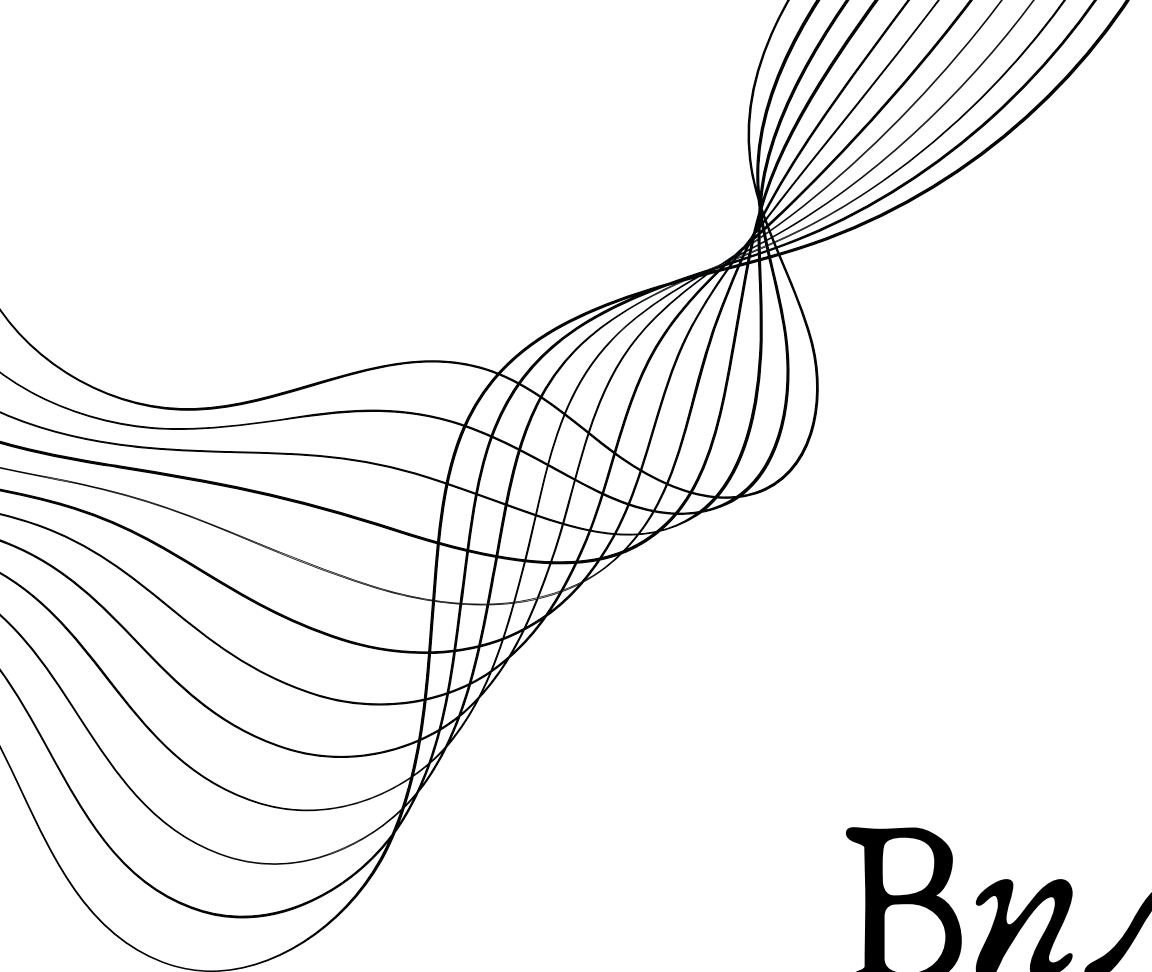




Вплив соціальних мереж на маркетинг

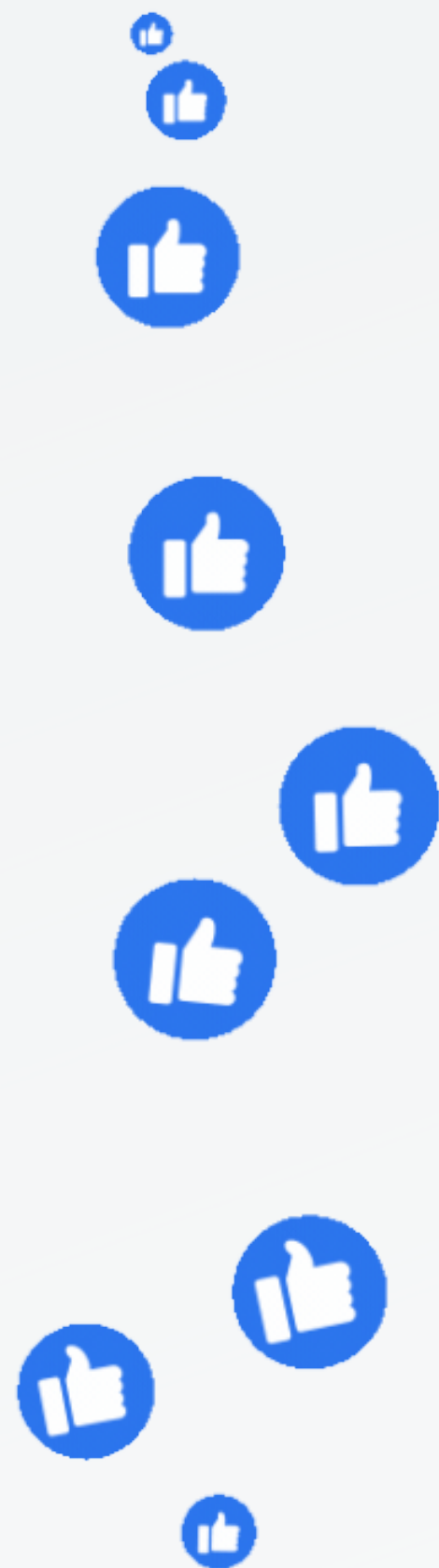


Соціальні мережі — це онлайн-платформи, які дозволяють користувачам створювати профілі або облікові записи, спілкуватися з іншими користувачами, обмінюватися контентом (таким як повідомлення, фотографії, відео), ділитися враженнями, інформацією, ідеями та думками.

- 
- Спілкування та взаємодія*
 - Інформаційний обмін*
 - Маркетинг та реклама*
 - Розваги та відпочинок*
 - Сприяння активізації громадянського суспільства*

Facebook:

- 2004: Заснування Facebook.
- 2008: Досягнення 100 млн активних користувачів.
- 2012: Перевищення 1 млрд активних користувачів.
- 2020: Понад 2,7 млрд місячних активних користувачів.



Instagram

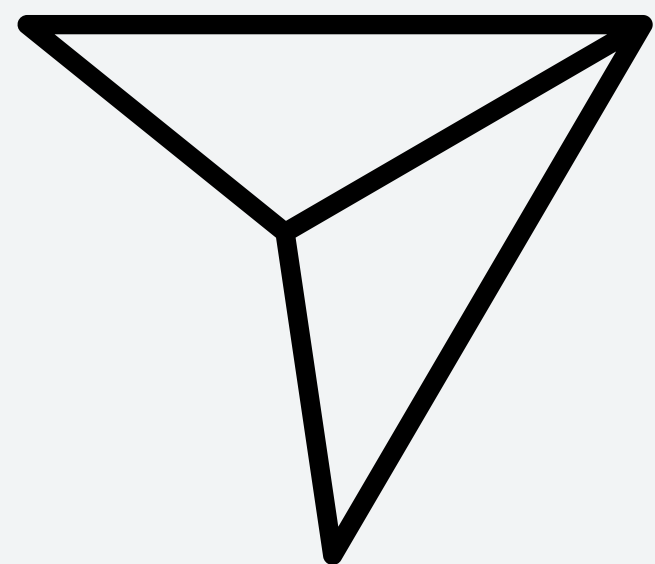


Instagram:

2010: Заснування Instagram.

2012: Придбання Facebook.

2019: Понад 1 млрд місячних активних користувачів.

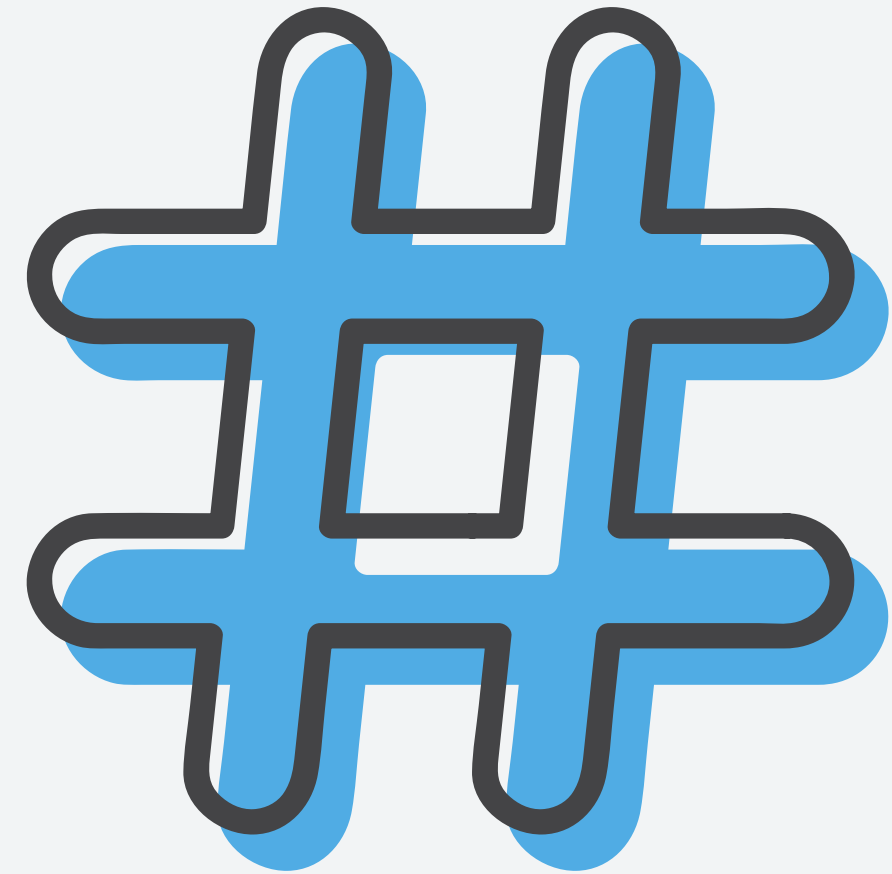


Twitter:

2006: Заснування Twitter.

2012: Перевищення 100 млн активних користувачів.

2020: Понад 330 млн місячних активних користувачів.



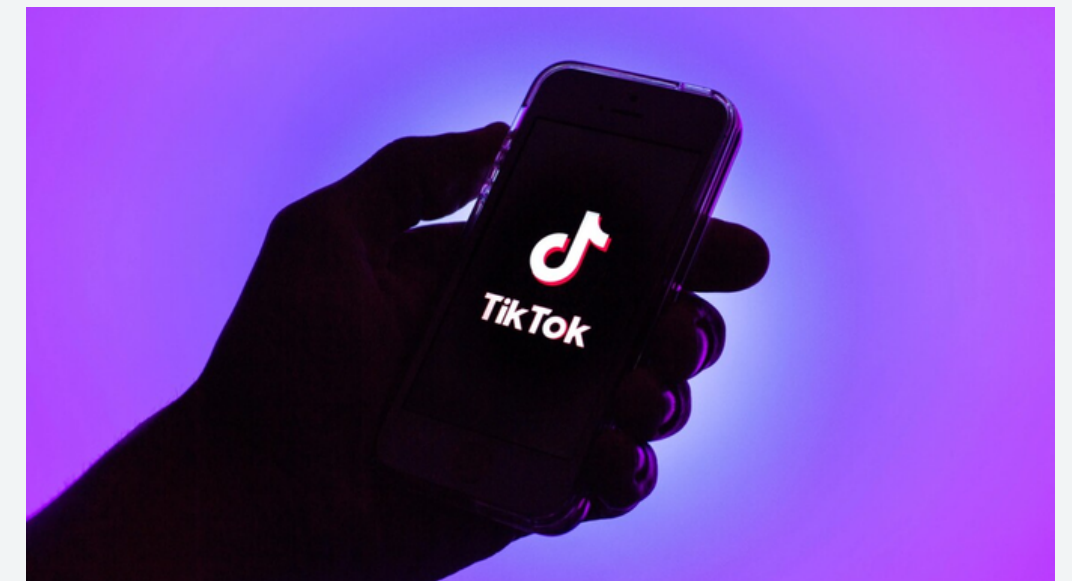


TikTok:



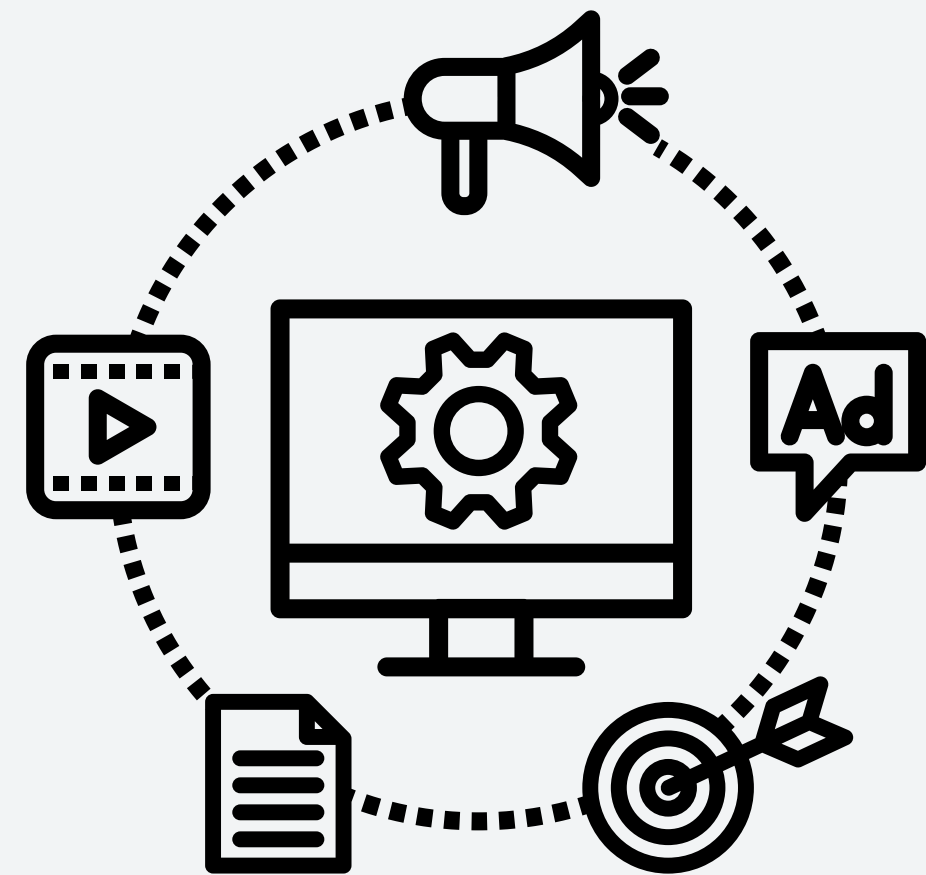
2016: Заснування TikTok.

2020: Понад 800 млн місячних активних користувачів.



Головні тренди у використанні соціальних мереж:

- *Відео контент*
- *Інтерактивність*
- *Ефемерність контенту*
- *Мікро-впливові особи*
- *Персоналізація*



Стратегії маркетингу в соціальних мережах:

- *Використання контент-маркетингу (відео, сторіз, живі трансляції).*
- *Таргетингова реклама на платформах соціальних мереж.*
- *Робота зі спільнотами та впливовими особами.*

Ці можливості дозволяють маркетологам створювати більш ефективні та персоналізовані стратегії маркетингу, спрямовані на залучення уваги аудиторії та підвищення конверсії.



Nike: "Just Do It"

Nike запустив серію рекламних кампаній в соціальних мережах зі слоганом "Just Do It", яка стала символом мотивації та активного способу життя.

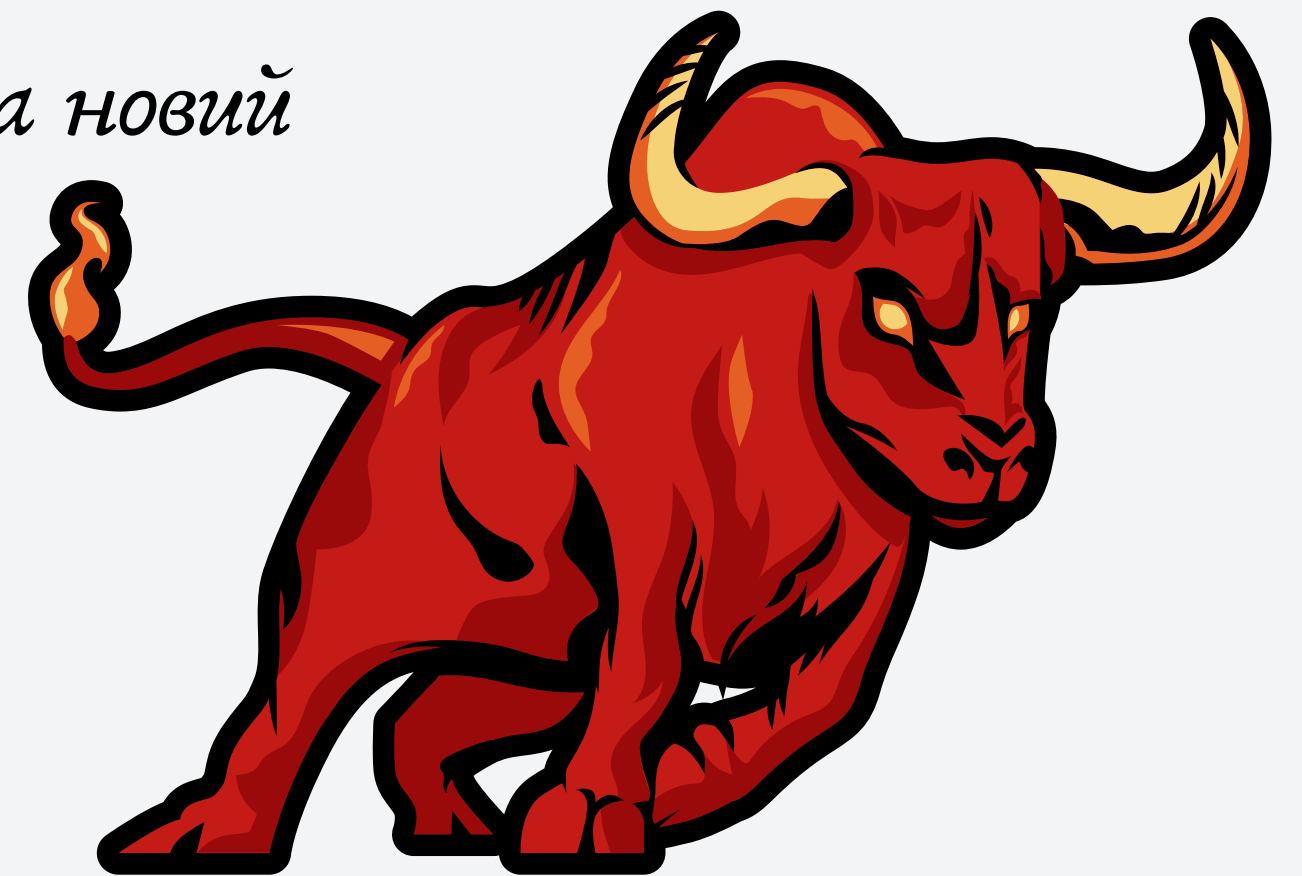
Кампанія викликала великий резонанс у споживачів та позитивно вплинула на усвідомлення бренду.





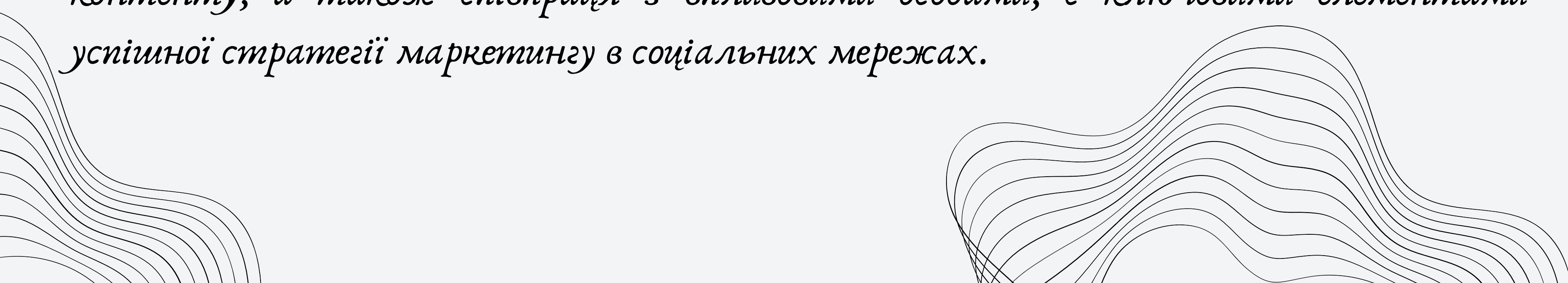
Red Bull: "Stratos"

Red Bull організувала стрибок Фелікса Баумгартнера з космосу, який став одним з найбільш епічних подій у спортивній історії. Ця подія викликала величезний інтерес в соціальних мережах і дозволила Red Bull підняти свій бренд на новий рівень.



За допомогою цільового використання соціальних мереж у маркетингових стратегіях можна досягти значних результатів. Динаміка зростання користувачів соціальних мереж по всьому світу свідчить про важливість цього каналу комунікації для брендів і компаній.

Огляд головних трендів у використанні соціальних мереж показує, що рекламні стратегії повинні бути спрямовані на створення цікавого та взаємодійного контенту, що відповідає потребам аудиторії. Зростання використання відео та інтерактивного контенту, а також співпраця з впливовими особами, є ключовими елементами успішної стратегії маркетингу в соціальних мережах.



Приклади успішних кампаній підкреслюють важливість креативності та інновацій у маркетингу. Кампанії, які використовують нестандартні підходи та стимулюють взаємодію з аудиторією, можуть суттєво підвищити усвідомлення бренду та його популярність.

У цілому, використання соціальних мереж у маркетингових стратегіях вимагає постійного вдосконалення та адаптації до змін у споживчому поведінці та технологічних трендах. Однак, при правильному підході, соціальні мережі можуть стати потужним інструментом для досягнення маркетингових цілей та залучення аудиторії.

Дякую з увагу!

