

- Поглиблення аналітики та досліджень ринку: Застосування новітніх аналітичних інструментів та технологій дозволить підприємствам краще розуміти своїх клієнтів, їхні потреби та поведінку.

- Розвиток цифрового маркетингу: Використання цифрових каналів комунікації та реклами дозволяє підприємствам досягати більшої аудиторії за менші витрати.

- Зосередження на клієнті: Врахування потреб і бажань клієнтів у всіх аспектах бізнесу допоможе підприємствам побудувати міцні взаємовідносини та забезпечити лояльність аудиторії.

- Покращення комунікації в організації: Ефективна комунікація між відділами дозволить підприємствам оперативно реагувати на зміни та швидко впроваджувати нові маркетингові стратегії.

- Стабільність у стратегіях маркетингу: Важливо ретельно планувати та аналізувати маркетингові стратегії, забезпечуючи їхню відповідність цілям підприємства та ринковим умовам.

- Соціальний маркетинг: Звернення до соціальних та екологічних питань може не лише позитивно впливати на споживачів, а й підвищити репутацію підприємства.

Використання передових технологій, аналітики та увага до змін у споживчих уподобаннях дозволять підприємствам ефективно конкурувати та досягати своїх цілей у сучасному бізнес-середовищі. Маркетинг є невід'ємною складовою успішної діяльності будь-якого підприємства.

Література

1. Філіп Колтер. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового. - КМ-Букс.-К.-2021.-с.400
2. Офер Керцнер. Про маркетинг в бізнесі. –Видавництво «Printto»-2020-с-112-114
3. <https://2opt.com.ua/cgi-sys/suspendedpage>.

УДК 659

Калімбет І.А., здобувач освіти
Шіковець К.О., науковий керівник, к.е.н., доцент
Київський національний університет
технологій та дизайну

FACEBOOK ЯК РЕКЛАМНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ БІЗНЕСУ

Анотація. Розглянуто Facebook як інструмент реклами для бізнесу. У сучасній динамічній Інтернет-екосистемі соціальні мережі здійснюють ключову роль у стратегіях цифрового маркетингу. Завдяки широкій аудиторії, великій кількості активних користувачів та можливості взаємодії, соціальні мережі стали необхідним елементом маркетингових планів

багатьох компаній. Facebook, як найбільша соціальна мережа у світі, відіграє важливу роль у привертанні трафіку та рекламі. [1]

Механізми привертання трафіку. Оголошення на Facebook: типи та формати реклами Facebook пропонує великий вибір типів та форматів реклами, які дозволяють максимально ефективно залучати увагу цільової аудиторії [2]. Серед них:

Карткові оголошення: Ефективний спосіб повернути увагу користувачів до вашого продукту або послуги, представлений у вигляді картки з текстом, зображенням та посиланням [2].

Карусельні оголошення: Дозволяють показати кілька зображень або відео в одному оголошенні, що збільшує можливості для креативного представлення продукту чи послуги [2].

Відео-оголошення: Відеоконтент має великий потенціал залучити увагу, і Facebook надає можливість створювати та розміщувати рекламні відеоролики різної тривалості [2].

Використання контенту для залучення уваги аудиторії. Створення цікавого та відповідного контенту є ключовим аспектом привертання трафіку на Facebook. Публікації, які викликають емоції, надають корисну інформацію або спонукають до взаємодії, мають більший шанс збільшити увагу аудиторії та збільшити залученість [3].

Вплив алгоритмів Facebook на органічну та платну рекламу. Алгоритми Facebook визначають, які публікації відображаються у стрічці новин користувачів. Алгоритми допомагають оптимізувати контент для підвищення органічної видимості. Крім того, рекламні оголошення також підпадають під вплив алгоритмів, тому важливо правильно налаштувати таргетинг та контент, щоб максимізувати ефективність рекламної кампанії [2].

Сегментація аудиторії для більш ефективної реклами. Сегментація аудиторії є ключовим елементом ефективної рекламної стратегії на Facebook. Розділення цільової аудиторії на сегментовані категорії дозволяє правильно налаштувати рекламні кампанії для кожного сегменту. Використовуючи дані про інтереси, поведінку та характеристики користувачів, можна створити персоналізовані повідомлення, які чіткіше відповідають потребам кожного сегменту аудиторії [3].

Використання аналітики для вдосконалення рекламних кампаній. Аналітика грає важливу роль у вдосконаленні рекламних кампаній на Facebook. Використання інструментів аналітики, таких як Facebook Insights та Pixel, дозволяє відстежувати ефективність оголошень та взаємодію аудиторії з ними. Аналізуючи ці дані, є можливість виявити тенденції, зрозуміти поведінку аудиторії та вдосконалити стратегії реклами для досягнення кращих результатів [2].

Використаємо Facebook та його рекламні інструменти для збільшення продажів та відвідування інтернет магазину косметики MONO BEAUTY.

Використані аудиторії та інтерси: Жінки віком 25-45 років; Гео- великі

міста України; Інтереси Аудиторії- покупки, онлайн покупки, косметика, догляд за шкірою і т.п.

| | | | | | | | |
|-----------------------|--------|-----------|-------|--------|-------|-----------|--|
| 66 977,81 грн. | | | | | | | |
| Общие расходы | | | | | | | |
| 109,77 грн. | 19 418 | 1,69 грн. | 6,48% | 21 484 | 7,17% | 1,53 грн. | |
| 98,23 грн. | 17 194 | 1,54 грн. | 6,38% | 18 982 | 7,04% | 1,40 грн. | |
| 95,41 грн. | 9 469 | 1,51 грн. | 6,32% | 10 394 | 6,94% | 1,38 грн. | |

Рис.1 Результативність рекламних кампаній для MONO BEAUTY.

Отже, за допомогою рекламних інструментів Facebook були досягнуті такі результати: Витрачено- 66629 грн.; Отримано- 766310 грн.; ROAS- 11.5; ROI- 1050%. Дані статистики рекламної кампанії свідчать про високий рівень її результативності. Загальна витрата склала 66 629 грн, а прибуток, отриманий від цієї кампанії 766 310 грн. Це означає, що кожна витрачена гривня принесла 11,5 гривні прибутку, що відображається у показнику ROAS (Return on Advertising Spend) [4]. Показник ROI (Return on Investment) становить 1050%, що також є дуже високим значенням [5]. Це свідчить про те, що вкладені кошти в рекламну кампанію були ефективно використані. Загалом, результати цієї рекламної кампанії демонструють її успішність і ефективність у залученні клієнтів та збільшенні прибутку інтернет-магазину MONO BEAUTY.

Література

1. Найпопулярніші соцмережі URL- <https://wedex.com.ua/blog/najpopulyarnishi-sotsmerezhi/>
2. Веб-сайт Digital Marketing Institute зі статистикою та практичними порадами щодо Facebook-маркетингу URL <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/26-facebook-stats-marketers>
3. Smith, M. (2020). "The Power of Social Media Marketing: How to Use Facebook to Grow Your Business." HarperCollins.
4. ROAS (Return on Advertising Spend) URL <https://web-promo.ua/ua/blog/formula-roas-romi-roi-raschet-i-primenenie-v-digital-marketinge/>
5. ROI (Return on Investment) URL <https://avada-media.ua/ua/roi/>