

Слід відмітити, що зазначені напрями потребують певних інституційних умов їх здійснення, створення і функціонування правового та економічного механізму поширення новизни. Економіка України потребує значно ширшого спектру технологічних інновацій. Інноваційна діяльність повинна підвищити технологічний рівень виробництва шляхом комплексної механізації та автоматизації, впровадження механізованих потоків автоматичних ліній, гнучких виробничих систем, модулів, роботизованих технологічних комплексів, промислових роботів, верстатів із числовим програмним управлінням, прогресивних технологічних комплексів, освоєння виробництва нових видів продукції, ринків збуту продукції.

Таким чином, у сучасному господарчому просторі єдиний реальний шлях поступового розвитку України – інновація. Здійснення інноваційної діяльності на підприємстві створить необхідні та достатні умови для раціональної організації менеджменту інновацій та дозволить у цілому для організації підвищити конкурентоспроможність продукції, що випускається, і рентабельність її діяльності.

Література

1. Кривешко О.В Чинники формування конкурентоспроможності підприємств та кластерів / О.В. Кривешко, П.В. Сідун // Вісник національного університету «Львівська політехніка». – 2011. – № 720 – С. 180-188.
2. Смолінський В.Б. Інноваційна діяльність підприємств аграрної сфери / В.Б. Смолінський // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – № 20 – С. 238-242.

INSTAGRAM – ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНОГО МЕДІА МАРКЕТИНГУ

*В.В. Козаков, магістрант
Одеський національний політехнічний університет*

На сьогоднішній день представництво компанії у соціальній мережі є не лише показником сучасності та прогресивності компанії, її орієнтації на клієнта, але й потужним рекламним інструментом. Соціальний медіа маркетинг (SMM) підвищує лояльність цільової аудиторії до бренду, дозволяє отримати зворотній зв'язок, притягає цільовий трафік на сайт, збільшує об'єми продажу та дає можливість керувати репутацією компанії.

Провідні світові та українські компанії проводять активний агресивний маркетинг у таких мережах як Facebook, Twitter, Google+, Youtube, Linkedn, які дозволяють формувати ефективні комунікації із користувачами, розробляти та проводити стимулюючі заходи, конкурси, промо-акції та сприяють

забезпеченню мінімізації репутаційних ризиків завдяки ефективній роботі із негативом.

Разом з тим, для переважної більшості компаній присутність у зазначених соціальних мережах втрачає сенс інноваційності, бо користувачі швидко пристосовуються і звикають до тісного сусідства особистих профілів і сторінок брендів та компаній [1, с. 82-93].

Саме тому постає питання щодо інноваційних інструментів SMM, які сприятимуть якісно новим підходам до соціального медіа контенту. Одним з таких інструментів є соціальна мережа Instagram.

Донедавна Instagram залишався невідомим для широкої аудиторії користувачів. Проте на сьогодні, аудиторія налічує понад 200 мільйонів активних користувачів щомісяця і 7,3 мільйонів щоденно [2]. Instagram – це безкоштовний сервіс для мобільних пристроїв, який дозволяє зберігати та редагувати фотографії, обмінюватися ними та публікувати їх в інших соціальних мережах (кросспостінг).

До основних переваг сервісу можна віднести такі.

1. Можливість використовувати Instagram за допомогою мобільних гаджетів.

2. Високий рівень зацікавленості користувачів у взаємодії один з одним та з брендами.

3. Можливість публікувати і використовувати візуальний контент, який сприймається користувачами набагато швидше у порівнянні з текстовим.

4. Обмін візуальними даними призводить до миттєвих конверсій.

Такий набір унікальних можливостей надає Instagram лідируючі позиції серед інструментів впровадження візуального інтернет маркетингу. Instagram можна впевнено зараховувати до переліку інноваційних і найбільш перспективних соціальних платформ для просування бізнесу.

Instagram передбачає такі етапи організації та проведення успішної рекламної кампанії бренду в соціальній мережі.

1. Підготовка контенту та планування рекламної кампанії. На цьому етапі важливо узгодити контент, який завантажується, із маркетинговою стратегією компанії. Особливу увагу слід приділяти підбору інформації та фотографіям, які найкраще будуть відображати характер діяльності компанії.

2. Представлення широкому загалу. Цей етап має за мету зацікавити користувачів. Так, для ефективної демонстрації запропонованих компанією товарів чи послуг, без нав'язування себе та своєї продукції, можна розповісти історію створення продукту, розбавити її цікавими фотографіями щодо втілення тої чи іншої ідеї в життя.

3. Знайомство із командою. Цей етап передбачає розширення кола нових підписників (фолловерів) і нових перспективних працівників. Йдеться про додавання на профіль Instagram фотографій із повсякденного життя команди компанії. Це найкращий спосіб розповісти про себе користувачам та зробити рекламу в соціальній мережі.

4. Завантаження відео. Відео на Instagram – це відмінний інструмент SMM – маркетингу, який використовується для того, щоб повідомити цільову аудиторію про окрему подію і поділитися думками з приводу певного питання.

5. Проведення конкурсів. Конкурси ефективно стимулюють активність користувачів. Використовуючи цей інструмент, можна залучити нових клієнтів та одержати відгуки аудиторії.

6. Розширення зв'язків. Йдеться про системну роботу щодо постійного завантаження нового контенту, розміщення цікавих новин, використання хештегів, пов'язаних з діяльністю компанії. Так, цікаві результати щодо розширення зв'язків демонструє маркетингове дослідження компанії Forrester – соціальна активність різних брендів на Instagram у 58 разів вища, ніж на Facebook та у 120 разів вища, ніж на Twitter [3].

7. Залучення підписників. Цей етап ставить за мету зростання продажів. Ефективність використання Instagram залежить від кількості фолловерів аккаунту компанії. Для збільшення їх кількості необхідно підключити аккаунт в Instagram до хроніки в Facebook, відмічати фотографіями популярні хештеги, підписувати на оновлення інших користувачів, коментувати та відзначати вподобані фотографії. Кросспостінг фотографій у Facebook є ефективним засобом привернути увагу підписників у світових соціальних мережах, яким ще нічого не відомо про Instagram. Досягнувши емоційної прив'язаності підписників, компанія отримує клієнтів, які будуть надавати перевагу її бренду у порівнянні з іншими [4].

Отже, Instagram – це інноваційна платформа SMM, яка дозволяє оперувати багатьма можливостями для ефективної організації та ведення бізнесу.

Література

1. Ших К. Как использовать возможности социальных сетей для развития вашего бизнеса / К. Ших; пер. с англ. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 304 с.
2. Соціальний медіа маркетинг : [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://welldostudio.com/blog/tag/sotsial_nii_markieting>
3. Просування у соціальних мережах: [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <http://welldostudio.com/blog/tag/sotsial_nii_markietingh>
4. Ефективна сторінка мережі Instagram : [Електроний ресурс]. – Режим доступу: <<http://www.uamodna.com/articles/yak-vesty-svoyu-instagram-storinku-plus-heshtegy>>