

## Соціальні медіа: вплив на розробку маркетингових стратегій компаній

*Анна Савіцька*

*здобувачка II курсу, гр. ФІН-24,*

*ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,*

*e-mail: SavitskaAS@krok.edu.ua*

*Ірина Мала*

*старший викладач кафедри управлінських технологій,*

*ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,*

*e-mail: IrynaMB@krok.edu.ua,*

*ORCID: 0000-00030773-5336*

**Актуальність дослідження.** Соціальні медіа стали невід'ємною частиною сучасного життя, впливаючи на всі сфери спілкування та маркетингу. Використання цих платформ дає змогу компаніям ефективніше взаємодіяти з клієнтами та підвищувати свою конкурентоспроможність.

Завдяки стрімкому розвитку технологій, соціальні медіа постійно зазнають змін, що змушує компанії адаптувати свої маркетингові стратегії для збереження актуальності на ринку. Кількість користувачів соціальних мереж зростає, що відкриває перед компаніями нові можливості для охоплення ширшої аудиторії. Поведінка споживачів теж не залишається незмінною: вони проводять більше часу в соціальних мережах, що змінює їхні очікування від брендів і спонукає компанії переглядати свої підходи. Конкуренція загострюється. У сучасних умовах компанії, які не інтегруються в соціальні медіа, ризикують втратити свої позиції, адже конкуренти активно використовують ці платформи для просування товарів та послуг. Соціальні медіа пропонують інноваційні інструменти і методи для взаємодії з клієнтами, які допомагають компаніям впроваджувати передові маркетингові рішення.

**Метою цього дослідження** є визначення ключових аспектів впливу соціальних медіа на маркетингові стратегії компаній і оцінити їхню ефективність. Основна увага приділяється виявленню того, як соціальні медіа можуть сприяти збільшенню пізнаваності бренду, залученню клієнтів, аналізу споживчої поведінки, покращенню обслуговування, підвищенню конкурентоспроможності, персоналізації контенту та автоматизації маркетингових процесів.

Для здійснення мети дослідження необхідно виконати наступні завдання:

- Вивчити існуючі дослідження та теоретичні матеріали щодо впливу соціальних медіа на маркетингові стратегії компаній.
- Визначити основні аспекти впливу соціальних медіа на маркетингові стратегії, такі як пізнаваність бренду, залучення клієнтів, аналіз поведінки споживачів, рівень обслуговування, конкурентоспроможність, персоналізація контенту та автоматизація процесів.
- Зібрати дані про використання соціальних медіа компаніями для просування своїх продуктів та послуг.
- Провести аналіз зібраних даних для оцінки ефективності використання

соціальних медіа в маркетингових стратегіях компаній.

- Виявити основні загрози кібер-безпеки, пов'язані з використанням соціальних медіа, та розробити рекомендації щодо їх мінімізації.
- Розробити рекомендації для компаній щодо покращення їх маркетингових стратегій з урахуванням впливу соціальних медіа.
- Сформулювати висновки на основі проведеного дослідження та запропонувати подальші напрямки для досліджень.

**Об'єкт дослідження** є маркетингові стратегії компаній, які активно використовують соціальні медіа для просування своїх продуктів і послуг.

**Предметом цього дослідження** є вплив соціальних медіа на різні аспекти маркетингових стратегій охоплює кілька ключових сфер, включаючи підвищення пізнаваності бренду, залучення клієнтів, аналіз поведінки споживачів, покращення рівня обслуговування клієнтів, підвищення конкурентоспроможності, персоналізацію контенту та автоматизацію маркетингових процесів.

Соціальні медіа стали невід'ємною частиною сучасного життя, впливаючи на всі аспекти комунікації та маркетингу. Вони надають компаніям можливість ефективно взаємодіяти з клієнтами і підвищувати свою конкурентоспроможність. Це дослідження спрямоване на визначення ключових аспектів впливу соціальних медіа на маркетингові стратегії компаній і оцінку їхньої ефективності.

**Основним матеріалом** є соціальні медіа надають можливість компаніям створювати та розповсюджувати контент, що привертає увагу широкої аудиторії. Використання таких платформ, як Facebook, Instagram і LinkedIn, сприяє підвищенню пізнаваності бренду та залученню нових клієнтів [1]. Приклад: Компанія Nike активно використовує Instagram для просування своїх продуктів, публікуючи яскраві фотографії та відео з відомими спортсменами. Це допомагає підвищити пізнаваність бренду та залучити нових клієнтів.

Використання інтерактивних інструментів, таких як опитування, конкурси та прямі трансляції, допомагає компаніям залучати нових клієнтів та підтримувати інтерес існуючих. Це сприяє активній взаємодії з аудиторією та підвищенню лояльності до бренду [2]. Приклад: Компанія Starbucks проводить конкурси на Facebook, де користувачі можуть виграти безкоштовні напої, що сприяє залученню нових клієнтів та підтримці інтересу існуючих.

Соціальні медіа надають можливість отримувати дані про поведінку споживачів, що дозволяє компаніям адаптувати свої маркетингові стратегії для досягнення кращих результатів [1]. Приклад: Компанія Amazon використовує дані з соціальних медіа для аналізу поведінки споживачів та персоналізації рекомендацій, що допомагає збільшити продажі.

Соціальні медіа забезпечують швидкий та ефективний зворотний зв'язок з клієнтами, що сприяє підвищенню рівня обслуговування та зміцненню довіри до бренду [2]. Приклад: Компанія Zappos активно відповідає на запити клієнтів через Twitter, що допомагає швидко вирішувати проблеми та підвищувати рівень обслуговування.

Впровадження маркетингових стратегій у соціальних мережах

допомагає компаніям зміцнювати свої позиції на ринку та підвищувати конкурентоспроможність [1]. Приклад: Компанія Coca-Cola використовує соціальні медіа для проведення глобальних маркетингових кампаній, що допомагає зміцнити її позиції на ринку.

Використання персоналізованих підходів у соціальних медіа дозволяє компаніям краще адаптуватися до потреб аудиторії та створювати більш релевантний контент [2]. Приклад: Компанія Netflix використовує дані з соціальних медіа для персоналізації контенту, що допомагає залучити більше глядачів.

Соціальні медіа надають можливість автоматизувати багато маркетингових процесів, що дозволяє компаніям ефективніше використовувати свої ресурси [1]. Приклад: Компанія HubSpot використовує автоматизовані інструменти для управління маркетинговими кампаніями в соціальних медіа, що допомагає зменшити витрати та підвищити ефективність.

Зі збільшенням використання соціальних медіа зростають і загрози кібербезпеки, що вимагає від компаній додаткових заходів для захисту даних [2]. Приклад: Компанія Facebook впроваджує додаткові заходи для захисту даних користувачів, щоб мінімізувати ризики кібер-загроз.

Соціальні медіа мають значний вплив на малі бізнеси, допомагаючи їм конкурувати з великими компаніями та залучати нових клієнтів. Малі бізнеси можуть використовувати соціальні медіа для створення впізнаваного бренду та залучення лояльних клієнтів [3]. Приклад: Малий бізнес з виробництва екологічних продуктів використовує Instagram для просування своїх товарів, публікуючи фотографії та відео про процес виробництва та користь продуктів.

Соціальні медіа дозволяють малим бізнесам ефективно комунікувати з клієнтами та отримувати зворотний зв'язок [3]. Приклад: Малий ресторан використовує Facebook для спілкування з клієнтами, відповідаючи на їхні запити та пропонуючи спеціальні акції.

Використання соціальних медіа допомагає малим бізнесам залучати нових клієнтів через таргетовану рекламу та інтерактивні кампанії [3]. Приклад: Малий магазин одягу проводить конкурси на Instagram, де користувачі можуть виграти безкоштовні товари, що сприяє залученню нових клієнтів.

**Висновок:** Соціальні медіа суттєво впливають на маркетингові стратегії компаній будь-якого розміру. Вони надають можливість створювати та поширювати контент, що приваблює широку аудиторію і підвищує пізнаваність бренду. Інтерактивні інструменти, такі як опитування, конкурси та прямі ефіри, допомагають залучати нових клієнтів і утримувати інтерес існуючих, що підвищує лояльність до бренду.

Соціальні платформи також дають змогу збирати дані про поведінку споживачів, що дозволяє компаніям адаптувати свої маркетингові стратегії для досягнення кращих результатів. Швидка і ефективна взаємодія з клієнтами через соціальні медіа покращує обслуговування та зміцнює довіру до бренду.

Використання соціальних мереж у маркетингових стратегіях підтримує

зміцнення позицій на ринку та підвищення конкурентоспроможності. Персоналізовані підходи допомагають краще відповідати потребам аудиторії, створюючи більш релевантний контент, що посилює залученість і лояльність клієнтів. Автоматизація ресурсів через соціальні мережі допомагає компаніям ефективніше використовувати свої ресурси, знижуючи витрати і підвищуючи ефективність маркетингових кампаній.

Зі зростанням використання соціальних медіа зростають і ризики кібербезпеки. Загрози можуть мати серйозні наслідки для бізнесу, тому важливо захищати дані клієнтів і бізнес-інформацію. Захист даних є пріоритетом для компаній, які активно використовують соціальні медіа.

Соціальні медіа також мають значний вплив на малий бізнес. Вони надають малим підприємствам можливість конкурувати з великими гравцями, залучати нових клієнтів і створювати впізнаваний бренд. Завдяки соціальним медіа малі бізнеси можуть ефективно комунікувати з клієнтами, отримувати зворотний зв'язок та проводити інтерактивні акції, що сприяє їхньому розвитку та успіху.

Отже, соціальні медіа є потужним інструментом для маркетингових стратегій компаній, дозволяючи їм досягати цілей, підвищувати конкурентоспроможність та ефективно взаємодіяти з клієнтами. Водночас вкрай важливо враховувати кібер-загрози та вживати заходів для захисту даних.

**Ключові слова:** соціальні медіа, маркетингові стратегії, пізнаваність бренду, кібер-безпека.

### **Список використаних джерел**

- 1. Роль соціальних медіа в сучасних маркетингових стратегіях*  
URL: <https://bazilik.media/iak-pobuduvaty-brend-marketynh-i-komunikatsiiu-maloho-biznesu-ta-startapiv/>
- 2. ВПРОВАДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ* URL: <https://laba.ua/blog/4465-daydzhest-biznes-trendiv-2025>
- 3. Як побудувати бренд, маркетинг і комунікацію малого бізнесу та стартапів.* URL: <https://forbes.ua/business/terra-incognita-ukrainskoi-ekonomiki-chotiri-visnovki-z-doslidzhennya-serednogo-biznesu-institutu-ekonomichnikh-doslidzen-31012024-18884>