

## БРЕНДУВАННЯ ЗА ДОПОМОГОЮ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

**Мендела І.Я.**

к.е.н., доц. кафедри готельно-ресторанної та курортної справи факультету туризму  
Прикарпатського національного університету ім. В. Стефаника  
ORCID 0000-0002-7282-643X

Брендування – це процес створення і підтримки іміджу певного товару, послуги, компанії або особистості з метою розробки індивідуальної та унікальної марки. Головна мета брендування – створити унікальний імідж продукту або послуги, який зробить їх привабливими для цільової аудиторії та дозволить відрізнити їх від конкурентів на ринку. Бренд може включати в себе такі компоненти, як назва, логотип, слоган, кольори, дизайн, асоціації та цінності, пов'язані з продуктом або послугою. Це може бути важливим для розвитку бізнесу, підвищення продажів та визнання на ринку. Існує величезна кількість методів просування бренду, однак все більшої популярності набуває розкрутка брендів у всесвітній мережі Інтернет [2].

Існує декілька актуальних трендів в сфері брендування:

- Персоналізація: бренди все частіше намагаються налаштуватися на потреби та індивідуальність своїх клієнтів, надаючи унікальні послуги та продукти.

- Увага до сталості: багато компаній зосереджуються на створенні сталого брендування, зосереджуючись на використанні екологічно чистих матеріалів та енергоефективних процесів.

- Мінімалізм: чистий та мінімалістичний дизайн все ще залишається популярним, оскільки він може передати суть бренду без зайвого клатчу.

- Використання анімації: рухливі елементи, анімація та інші динамічні ефекти дозволяють брендам відрізнитися та залучати увагу до своїх продуктів та послуг.

- Використання соціальних медіа: соціальні медіа дозволяють брендам створювати більш особисті зв'язки зі своїми клієнтами та розширювати свій охоплюючий потенціал.

Соціальні медіа – це онлайн-платформи та сервіси, які дозволяють користувачам спілкуватися, обмінюватися інформацією та контентом. Можна навести декілька з найпопулярніших соціальних медіа:

- Facebook – це одна з найпопулярніших соціальних мереж в світі з більш ніж 2,7 мільярдами активних користувачів. Крім того, Facebook також володіє Instagram та WhatsApp.

- YouTube – це відеохостинг, де користувачі можуть завантажувати та переглядати відео, а також створювати свої канали та отримувати дохід від реклами.

- Instagram – це популярна фото- та відео-мобільна мережа, на якій користувачі можуть ділитися своїми фотографіями та відео, додавати сторіз, переглядати та лайкати контент інших користувачів.

- Twitter – це соціальна мережа, на якій користувачі можуть писати короткі повідомлення (твіти) довжиною не більше 280 символів, ділитися посиланнями та зображеннями.

- TikTok – це додаток для створення та перегляду коротких відео, який дуже швидко набирає популярності в усьому світі.

- LinkedIn – це соціальна мережа для професійного спілкування та розвитку кар'єри. Користувачі можуть створювати профілі, публікувати вакансії та резюме, зв'язуватися з колегами та вступати до професійних груп тощо.

Головне для брендів – бути ближче до клієнтів. Для цього бізнес і прийшов в соціальні мережі [2]. Соціальні медіа та бренди мають глибоку взаємодію. Соціальні медіа є

потужним інструментом для підтримки та популяризації брендів, а бренди, в свою чергу, використовують соціальні медіа для залучення нових клієнтів та збереження старих.

Бренди активно використовують соціальні медіа для підвищення своєї відомості, залучення аудиторії та підтримки існуючих клієнтів. Це досягається шляхом публікації цікавого та корисного контенту, взаємодії з аудиторією, проведення конкурсів та акцій, співпраці з інфлюенсерами та багатьма іншими способами.

Соціальні медіа дозволяють брендам залучати аудиторію на нові ринки та розширювати свої можливості. Завдяки соціальним медіа, бренди можуть показати свої цінності та переваги перед конкурентами, створити міцні зв'язки зі своїми клієнтами та збільшити свій прибуток.

Однак, важливо також зазначити, що брендам потрібно дбайливо вибирати платформи соціальних медіа, які вони використовують, а також адаптувати свій контент до специфіки кожної з платформ. Також важливо бути активним та відповідальним в соціальних медіа, щоб не завдати шкоди своїй репутації.

При брендунні в соціальних медіа варто звернути увагу на декілька важливих аспектів:

- Цільова аудиторія: необхідно визначити, хто є цільовою аудиторією бренду і де вона перебуває в соціальних мережах.

- Контент: контент повинен бути цікавим і корисним для цільової аудиторії, відповідати її потребам і інтересам, бути унікальним і відрізнятися від контенту конкурентів.

- Бренд-ідентичність: в соціальних мережах важливо дотримуватися бренд-ідентичності, яка повинна відображати цінності та принципи бренду.

- Взаємодія з аудиторією: в соціальних мережах важливо взаємодіяти з аудиторією, сприяти створенню відчуття співпраці та взаємодії.

- Аналітика: необхідно відстежувати результати роботи в соціальних мережах компанії, аналізувати дані та виправляти помилки для досягнення більш ефективного брендуння.

Одразу варто зазначити, що соцмережі можна використовувати як для досягнення короткострокових, так і довгострокових цілей. Так, присутність в соцмережах і взаємодія з користувачами в коментарях не принесуть негайного збільшення продажів. Ці способи роботи з соцмережами спрямовані, швидше, на формування клієнтської бази та підвищення її довіри до бренду, яке, своєю чергою, впливатиме на продажі [1]. Здійснення процесу брендуння за допомогою соціальних медіа має кілька важливих переваг:

- Велика аудиторія: Соціальні медіа залучають велику кількість користувачів, що дає можливість брендам отримати доступ до широкої аудиторії та привернути увагу до своїх продуктів і послуг.

- Низькі витрати: За допомогою соціальних медіа, бренди можуть здійснювати ефективні маркетингові кампанії з невеликими витратами. Соціальні медіа надають безкоштовну платформу для спілкування з аудиторією та залучення її до бренду.

- Розвиток взаємодії з аудиторією: Соціальні медіа дозволяють брендам з легкістю спілкуватися зі своєю аудиторією та відповідати на її запити та питання. Це сприяє розвитку позитивних взаємин зі споживачами та збільшенню лояльності до бренду.

- Підвищення уваги до бренду: За допомогою соціальних медіа, бренди можуть підвищити увагу до свого бренду та продуктів. Наприклад, рекламні кампанії в соціальних медіа можуть бути спрямовані на підвищення уваги до нового продукту або збільшення свідомості про бренд в цілому.

Отже, здійснення процесу брендунгу за допомогою соціальних медіа має багато переваг, які допомагають брендам залучати більше клієнтів, підвищувати лояльність та збільшувати свідомість про свій бренд.

**Список літератури:**

1. Маркетинг в соціальних мережах. URL: <https://cases.media/article/marketing-v-socialnikh-merezhakh-smm-agenstvo> (дата звернення: 19.02.2023).
2. Просування бренду в мережі Інтернет. URL: <https://pbb.lviv.ua/statti-i-novyny/statti-po-seo/prosuvannya-brendu-v-merezhi-internet/> (дата звернення: 19.02.2023).