

ФЕДУШКО С. С.

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID ID: 0000-0001-7548-5856

e-mail: solomiia.s.fedushko@lpnu.ua

БУЧІЙ Н. П.

Національний університет «Львівська політехніка»

ORCID ID: 0000-0002-6031-3725

e-mail: nataliia.buchii1@gmail.com

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ В СОЦІАЛЬНІЙ МЕРЕЖІ INSTAGRAM

У статті проведено аналіз інтернет-магазину в соціальній мережі Instagram. На сьогоднішній день соціальні мережі стрімко ввійшли не лише в життя людей, але й відіграють важливу роль у підприємницькій діяльності і стали ефективним методом реалізації будь-яких бізнес-проектів. Однією з найпопулярніших соціальних платформ є Instagram. Ця соціальна мережа дає можливість підприємцям просувати свої товари в Інтернеті, маючи реальний бізнес. Основним завданням в такому просуванні є правильний вибір цільової аудиторії і наявність чіткого контент-плану.

Ключові слова: інтернет-магазин, соціальна мережа, популяризація, інтернет-маркетинг, інтернет-торгівля.

NATALIYA BUCHII, SOLOMIYA FEDUSHKO

Lviv Polytechnic National University

INFORMATION SUPPORT OF THE INTERNET-STORE ON THE SOCIAL NETWORK INSTAGRAM

The article analyzes the internet-store on the social network Instagram. Today, social networks have rapidly entered not only people's lives, but also play an important role in entrepreneurship and have become an effective method of implementing any business projects. One of the most popular social platforms is Instagram. This social network allows entrepreneurs to promote their products on the Internet, having a real business. The main task in such promotion is the correct choice of the target audience and the presence of a clear content plan.

Designing and maintaining a page on the social network is a profitable solution for small businesses. The development of the site is necessary for the global network, and for the cosmetics store a profitable addition to the business will be a page on the social network Instagram. The social network Instagram will help increase the target audience of the store and the sale of goods in general. The object of research is the activity of cosmetic stores on the Internet. The subject of research is information support for the activities of the internet-store «Beauty Island» on the social network Instagram.

Researchers consider the corporate profile in social networks as a profile that is a necessary tool for the effective operation of any organization. Maintaining a page on social networks allows you to connect with the target audience and improve communication with it.

There are two concepts of marketing: e-marketing and internet marketing. E-marketing is a social process that focuses on the need to satisfy consumers on the Internet, creates an offer and exchanges services / goods, using information and communication technologies. The concept of Internet marketing is considered as a construction of marketing communications via the Internet. This is not a completely independent field, but just a marketing tool that has its own characteristics.

The results of the work a developed internet-store «Beauty Island» on Instagram, which is used to find a new target audience and increase sales of the store «Beauty Island». Improved promotion methods can be used for the effective operation of the internet-store.

Keywords: internet-store, social network, promotion, internet marketing, online commerce.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

Розроблення і популяризація інтернет-магазину «Beauty Island» в соціальній мережі Instagram є вигідним рішенням для ефективної роботи інтернет-магазину. Враховуючи дані дослідження, можна сказати, що в теперішній час магазинам косметики необхідно застосовувати інтернет-технології для ведення бізнесу, враховуючи високу конкуренцію цієї сфери. Популяризувати магазин без вкладень можна у відомих соціальних мережах. Соціальна мережа Instagram стала потужною платформою для ведення бізнесу, зокрема інтернет-магазинів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Серед науковців, котрі займалися аналізом інтернет-магазинів в соціальних мережах, можна виділити наступних: Шпилик С [1], Ішук С. [2], Марковець О. [3], Федушко С. [4], Думанський Н. [5] та інші. Коли інтернет-технології почали швидко розвиватися, водночас і соціальні мережі набрали високої популярності у всьому світі. Разом з тим широкого поширення серед людей набирає інтернет-маркетинг [6] – це просування товарів та послуг в мережі Інтернет, використовуючи для цього спеціальні інструменти.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Незважаючи на значну кількість досліджень популяризації товарів в мережі Інтернет, варто

звернути увагу, що не лише інтернет-магазини або приватні підприємці користуються сервісом, щоб просувати бізнес. Хто-небудь може запропонувати товари для продажу. З цією платформою, багато людей запустили власний бізнес, вони ведуть справу, продаючи власну продукцію. Instagram дуже швидко поширився по світу і немає такої індустрії, де б він не був популярний. За статистикою нараховується 200 мільйонів людей, які користуються соціальною мережею Instagram і кількість таких користувачів кожного дня збільшується [7].

Формулювання цілей статті

Метою статті є аналіз методів покращення контенту інтернет-магазину в соціальній мережі Instagram. Рекомендації щодо покращення контенту допоможуть підвищити відвідуваність і впізнаваність бренду інтернет-магазину серед покупців.

Виклад основного матеріалу

Створення інтернет-магазину – це ідеальний варіант, для того, щоб розвинути власний бренд та отримати набагато більше прибутку. Хоча витрати для створення інтернет-магазину будуть значно менші, ніж для фізичного магазину.

Для роботи інтернет-магазину не потрібно платити за оренду чи купувати приміщення. Немає необхідності для встановлення камер відео-нагляду та оплати комунальних платежів. Враховуючи те, що в інтернет-магазині не працює багато людей, відповідно витрати на заробітну плату для працівників будуть менші. Платформою для створення інтернет-магазину було обрано соціальну мережу Instagram. Завдяки великій кількості інструментів, які пропонує Instagram, його можна використовувати не тільки для популяризації своєї компанії в цій соціальній мережі, але і для відкриття основного бізнесу на базі цієї платформи.

Зображення системи з інформаційними потоками можуть бути відображені за допомогою діаграм потоків даних DFD. Ці діаграми є важливими для того, щоб змоделювати будь-яку інформаційну систему. За допомогою діаграми потоків даних можна відтворити зв'язок системи з зовнішнім світом і наглядно показати як саме працює ця система, вона дозволяє краще зрозуміти предмет, який описується. Створено контекстну діаграму з головною ціллю «Інформаційне забезпечення інтернет-магазину «Beauty Island» в Instagram» (рис. 1).

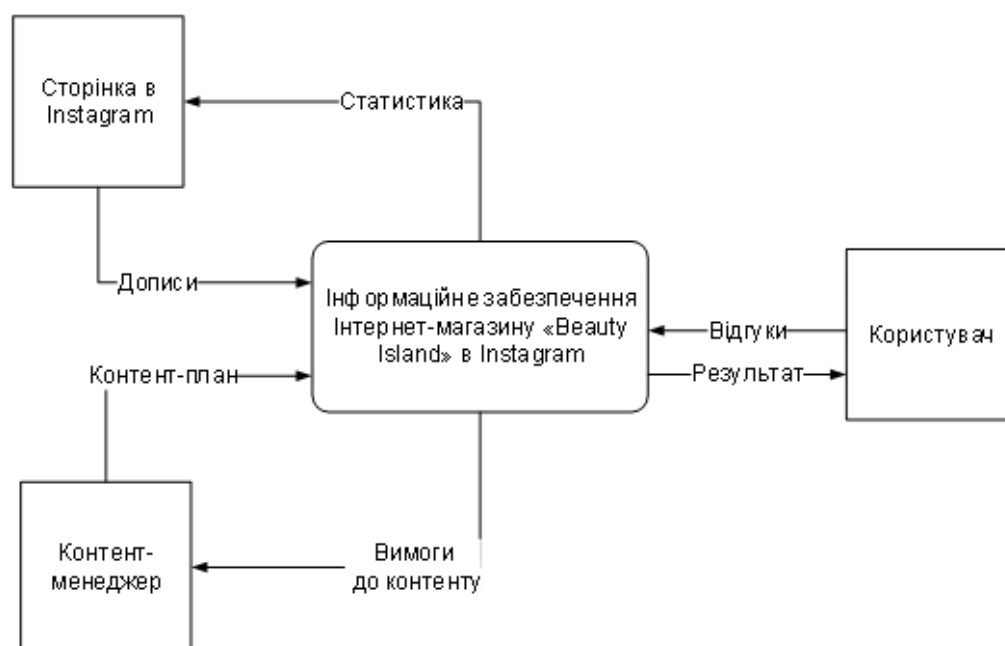


Рис. 1. DFD-модель

Після того, як контент-план буде опублікований на сторінці інтернет-магазину буде визначено контент, який переважає на сторінці та сформується результат дії контент-плану. Далі очікуються відгуки від користувачів сторінки, на основі яких буде формуватися статистика. Будь-яка контекстна діаграма вимагає деталізації процесів, які вона виконує. Розроблено деталізацію першого рівня контекстної діаграми (рис. 2).

Для популяризації сторінки інтернет-магазину «Beauty Island» було використано такий SMM-інструмент, як хештеги. Створено фірмовий хештег #beautyisland та будуть використовуватися хештеги за тематикою інтернет-магазину. Для того щоб сторінка мала гарний візуальний вигляд потрібно добре продумати і визначитися з кольоровою гамою (фірмовими кольорами) бренду інтернет-магазину «Beauty Island». Основними кольорами бренду магазину було обрано такі кольори: білий, сірий, голубий, бежевий. Для того, щоб сторінка виглядала гармонійно і привабливо, можна використовувати також інші відтінки

обраних кольорів бренду інтернет-магазину. Важливим елементом створення контенту для інтернет-магазину є вибір стилю спілкування з аудиторією. Доречним рішенням написання постів буде неформальний характер тексту, дружній тон, звернення на «ти», адже такий хід допоможе сформувати емоційний зв'язок довіри покупця до інтернет-магазину. Згідно з даними статистики сторінки періоди найбільшої активності користувачів є кожного дня в проміжку часу з 12 до 21 години. Тобто оптимальний час для публікації дописів буде з 14 до 19 години, коли користувачі є найактивнішими. Також необхідно, щоб в контенті були різні види дописів: інформаційний – 20 %, розважальний – 10 %, комерційний – 35 %, інтерактивний – 10 %, пізнавальний – 10 %, FAQ – 15 %.

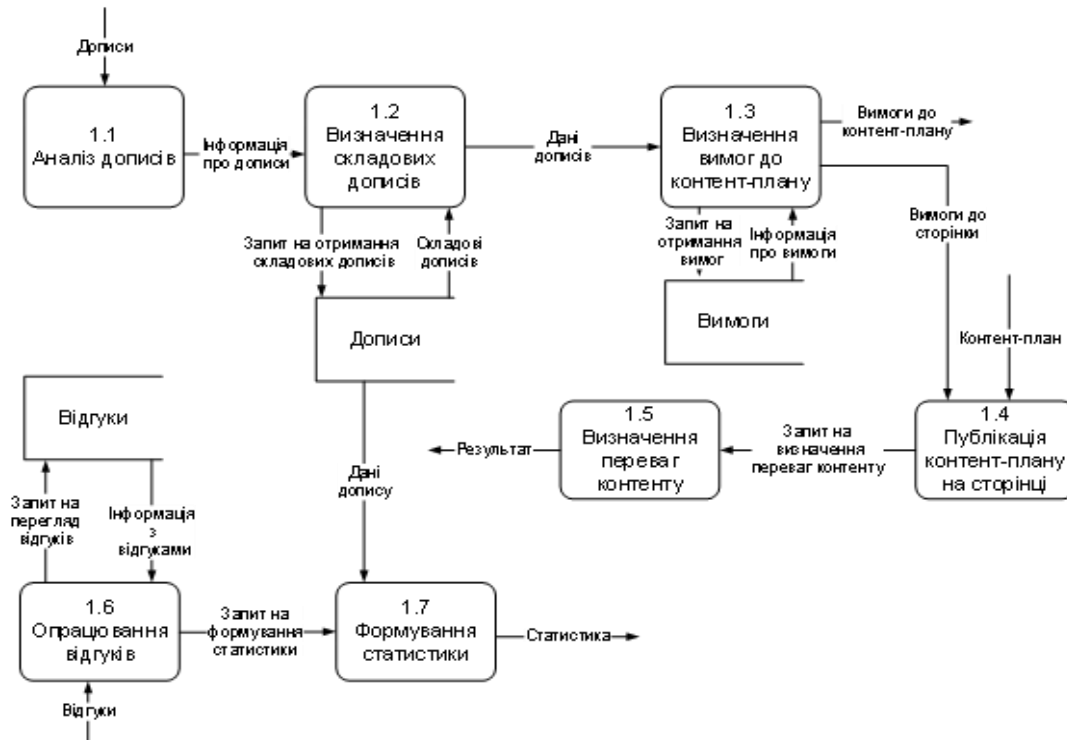


Рис. 2. Деталізація першого рівня DFD-моделі

Статистика сторінки показує, що користувачі люблять розіграші і подарунки. Тому необхідно проводити конкурси та інтерактиви хоча б раз в два місяці. Така стратегія ефективно допомагає отримати нову цільову аудиторію. Для того, щоб сторінка успішно залучала нову аудиторію не обійтися без рекламних методів. Одним із них це є налаштування таргетованої реклами в Instagram. Для цього необхідно обрати допис, який потрібно просувати, сформуванню цільову аудиторію за такими параметрами: віком, статтю, місцем проживання, інтересами. В теперішній час в Україні популярним видом торгівлі є продаж товарів на маркетплейсах. Інтеграція інтернет-магазину «Beauty Island» з відомими маркетплейсами допоможе збільшити охоплення цільової аудиторії і збільшити продаж товарів. Першим етапом такої інтеграції інтернет-магазину «Beauty Island» буде продаж товарів на сайті «Prom.ua». Для автоматизації роботи інтернет-магазину «Beauty Island» важливо використовувати маркетингові сервіси для Instagram. Розробка та популяризація інтернет-магазину «Beauty Island» в Instagram допоможе знайти нову цільову аудиторію для дійсного магазину та збільшити продаж товарів.

Висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок у заданому напрямі

В результаті проведеного аналізу методів покращення контенту інтернет-магазину в соціальній мережі Instagram, можна стверджувати, що розроблена SMM-стратегія дозволить ефективно організувати роботу інтернет-магазину, а використані маркетингові сервіси допоможуть відстежувати результативність сторінки та контролювати всі процеси діяльності.

Отже, варто підкреслити, що популяризація інтернет-магазину в соціальній мережі Instagram є вигідним рішенням для ефективного функціонування інтернет-магазину в Instagram необхідно постійно оцінювати й аналізувати результати сторінки. Відстеження даних про продуктивність є найкращим способом визначення того, які тактики працюють, а які ні. Також потрібно поспостерігати за зростанням активності й репостами. У соціальній мережі Instagram є інструменти, які можна використовувати для відстеження ефективності.

Література

1. Шпилик С. Інтерактивний маркетинг: стан розвитку в Україні / С. Семенюк, С. Шпилик //

Галицький економічний вісник. – 2012. – №2 (35). – С. 87–95.

2. Іщук С. Інтернет-комунікації: інформаційний зміст та ігровий характер / Гуманітарний інститут Національного авіаційного університету [Електронний ресурс] – Режим доступу: <file:///C:/Users/Dasha/Desktop/%D0%A1%D0%95%D0%A1%D0%86%D0%AF/%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC/2199-6367-1-PB.pdf>

3. Дмитришин Ю. Сервіси для вдосконалення та розвитку маркетингових комунікацій в соціальній мережі Instagram / Ю. Дмитришин, О. Марковець // Інформація, комунікація, суспільство 2020 : матеріали 9-ої Міжнародної наукової конференції ІКС-2020 – Львів – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/52717/2/2020_Dmitrishin_Iu-Servisy_dlia_vdoskonalennia_43-44.pdf

4. Fedushko S., Syerov Y., Kolos S. Hashtag as a Way of Archiving and Distributing Information on the Internet. CEUR Workshop Proceedings. 2019. Vol. 2386: Workshop Proceedings of the 8th International Conference on “Mathematics. Information Technologies. Education 2019. P. 274–286. – Режим доступу: <http://ceur-ws.org/Vol-2386/paper20.pdf>

5. Дропа М. Інформаційна складова рекламної кампанії. / М.Дропа, Н.Думанський // Матеріали 4-ї Міжнародної наукової конференції ІКС «Інформація, комунікація, суспільство» – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/24920/1/96-206-207.pdf>

6. 15 способів, як домогтися успіху в онлайн-бізнесі [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://neoseo.com.ua/uk/sposoby-dobitsya-uspeha-v-onlayn-biznese>

7. Розвиток інтернет-маркетингу та використання сервісу Instagram як приклад просування у соціальних мережах [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/21179/2/SEIED_2017_Shylyk_S-Development_of_internet_marketing_74-76.pdf

References

1. Shpylyk S. Interaktyvnyi marketynh: stan rozvytku v Ukraini / S. Semeniuk, S. Shpylyk // Halytskyi ekonomichnyi visnyk. – 2012. – No 2 (35). – S. 87-95.

2. Ishchuk S. Internet-komunikatsii: informatsiinyi zmist ta ihrovyi kharakter / Humanitarnyi instytut Natsionalnoho aviatsiinoho universytetu [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: <file:///C:/Users/Dasha/Desktop/%D0%A1%D0%95%D0%A1%D0%86%D0%AF/%D0%94%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%BE%D0%BC/2199-6367-1-PB.pdf>

3. Dmytryshyn Yu. Servisy dlia vdoskonalennia ta rozvytku marketynhovyykh komunikatsii v sotsialnii merezhi Instagram / Yu. Dmytryshyn, O. Markovets // Informatsiia, komunikatsiia, suspilstvo 2020 : materialy 9-oi Mizhnarodnoi naukovoï konferentsii IKS-2020 – Lviv – Rezhym dostupu: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/52717/2/2020_Dmitrishin_Iu-Servisy_dlia_vdoskonalennia_43-44.pdf

4. Fedushko S., Syerov Y., Kolos S. Hashtag as a Way of Archiving and Distributing Information on the Internet. CEUR Workshop Proceedings. 2019. Vol. 2386: Workshop Proceedings of the 8th International Conference on “Mathematics. Information Technologies. Education 2019. P. 274–286. – Режим доступу: <http://ceur-ws.org/Vol-2386/paper20.pdf>

5. Dropa M. Informatsiina skladova reklamnoi kampanii. / M.Dropa, N.Dumanskyi // Materialy 4-yi Mizhnarodnoi naukovoï konferentsii IKS «Informatsiia, komunikatsiia, suspilstvo» – Rezhym dostupu: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/24920/1/96-206-207.pdf>

6. 15 sposobiv, yak domohtysia uspikhu v onlain-biznesi [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: <https://neoseo.com.ua/uk/sposoby-dobitsya-uspeha-v-onlayn-biznese>

7. Rozvytok internet-marketynhu ta vykorystannia servisu Instagram yak pryklad prosuvannia u sotsialnykh merezhakh [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/21179/2/SEIED_2017_Shylyk_S-Development_of_internet_marketing_74-76.pdf

Рецензія/Peer review : 27.10.2021

Надрукована/Printed : 30.12.2021