

Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Факультет української філології та журналістики
Кафедра журналістики

Дипломна робота (проект)
бакалавра

з теми: **Рекламна агенція NewLook: стратегія залучення клієнтів і
просування в соціальних мережах**

Виконала: студентка ZhR1-B17 групи
спеціальності 061 Журналістика
за освітньою програмою
Реклама і зв'язки з громадськістю
Стасюк Анна Андріївна

Керівник:
кандидат наук із соціальних комунікацій,
доцент кафедри журналістики
Почапська О.І.

Рецензент:
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри української мови,
декан факультету української філології та
журналістики Коваленко Б.О.

Кам'янець-Подільський – 2021 року

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| ВСТУП | 3 |
| РОЗДІЛ 1_ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ РЕКЛАМНИХ АГЕНЦІЙ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ЗА ДОПОМОГОЮ SMM-СЕРВІСІВ | 5 |
| РОЗДІЛ 2_ ТЕХНІЧНИЙ ОПИС ПРОЄКТУ | 9 |
| ВИСНОВКИ | 15 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 17 |
| ДОДАТКИ | 18 |
| Додаток 1. Логотип | 18 |
| Додаток 2. Сторінка з insagram | 19 |
| Додаток 3. Приклад фото-оформлення | 20 |
| Додаток 4. Приклад фотооформлення до 8 березня | 21 |
| Додаток 5. Фото тіні предмета | 22 |
| Додаток 6. Фотосупровід для освітнього тексту | 23 |
| Додаток 7. Візуальне оформлення мінісловника | 24 |
| Додаток 8. Візуалізація для тексту-розмірковування | 25 |
| Додаток 9. Фотоакцент на деталі | 26 |

ВСТУП

У час глобального розвитку Інтернет посідає важливе місце у житті людей. Ефективне використання Всесвітньої павутини відкриває багато можливостей для розвитку та досягнення поставлених цілей.

«Соціальні мережі – це соціальна структура, що утворена індивідами або організаціями. В Інтернеті соціальні мережі мають вигляд сайтів, на яких користувачі можуть утворювати персональні сторінки та спільноти для спілкування і поширення інформації серед великої кількості людей. Понад половина користувачів Інтернету (станом на 2020 р. аудиторія соціальної мережі Facebook складає 1,95 млрд. осіб) зареєстровані хоча б у одній із соціальних мереж, що вказує на їхню популярність» [1].

У соціальних мережах є можливість оцінити та поширити опубліковану новину у стрічці. Відтак вподобання дозволяють оцінити актуальність блогу чи товару, а поширення дозволяють збільшити потенційну аудиторію.

Соціальні мережі оперативно інформують про події, що відбуваються у світі, надають зворотній зв'язок та можливість аналізувати ту чи іншу ситуацію.

Отже, соціальні мережі наділені здатністю розширювати комунікативні канали зі своїми користувачами у віддаленому режимі.

Актуальність проєкту полягає у тому, щоб ознайомити читачів соціальних мереж з можливостями просування через технології SMM та донести корисну інформацію, яка допоможе розвивати не тільки власний аккаунт, але й побудувати бізнес-платформу як для додаткового, так і основного доходу.

Мета проєкту – розробити стратегію залучення клієнтів і просування рекламної агенції “NewLook” у соціальних мережах.

Досягнення мети передбачає виконання таких завдань:

- дослідити особливості просування рекламних агенцій у соціальних мережах мережах за допомогою SMM-сервісів;
- розробити і описати стратегію залучення клієнтів і просування рекламної агенції “NewLook” в соціальній мережі Instagram.

Об’єктом дослідження є сучасні українські рекламні агенства («ACC», «KIWI», «Royal Project»).

Предметом дослідження є стратегія залучення клієнтів і просування рекламної агенції “NewLook” у соціальних мережах.

Методи, які використовувалися під час виконання проекту: створення аккаунту в мережі Instagram; розробка логотипу і слогану компанії; складання контент-плану для просування компанії; підбір фото для наповнення аккаунту; технічний опис проекту.

Структура роботи. Проект складається з двох частин: описової, що містить вступ, два розділи, висновок та список використаних джерел; - практичної – проект, що подається у вигляді скріншотів у додатках. Загальний обсяг роботи становить 26 сторінок.

ВИСНОВКИ

Значну частину життя кожної людини наразі займають соціальні мережі. Якщо спочатку їх було створено як платформу для спілкування та обміну інформацією, то на даний момент – це ніша для розвитку бізнесу. Цією нішею користуються не тільки початківці, але й бренди з усього світу.

«Соціальна мережа – це спільнота людей, об'єднаних однаковими інтересами, уподобаннями, або тих, що мають інші причини для безпосереднього спілкування між собою. Сучасні Інтернет – сервіси забезпечують користувачів усіма можливими інструментами для спілкування одне з одним – відео, чати, зображення, музика, блоги, форуми тощо. Для бізнесу ж соціальні мережі виступають новим каналом комунікації зі споживачем, та інструментом дослідження уподобань аудиторії» [8].

Такі соціальні мережі як: Instagram, Facebook, YouTube вже давно перестали бути просто каналами комунікації, тепер це – рушійна сила для введення свого бізнесу.

Головними персонажами, хто заробляє у соціальних медіа є SMM-спеціалісти.

Головна мета SMM- спеціаліста – це створити ефективний канал продажів за допомогою різних методів просування.

Отже, як розвивати свій сайт за допомогою SMM-просування?

- 1) Планування. Перш за все потрібно обрати нішу, яку Ви хочете розвивати у соціальних мережах.
- 2) Контент. Контент має велике значення, адже перш за все клієнт звертає увагу на зовнішній вигляд профілю: якість та обробку фото/відео, візуалізацію загалом. Варто звернути увагу, що потрібно вести соціальні мережі у єдиному стилі.

- 3) Імідж брэнда. При створенні нової кампанії варто посилатись на нові тенденції, намагатись відрізнитись від конкурентів, бути індивідуальним.
- 4) Блог. Крім зовнішньої картинки, клієнт має бути проінформований. Шапка профілю повинна відповідати тематиці самого брэнду. Коротко та влучно описувати на що спрямована кампанія. Слід зазначити, що тексти також відіграють важливий аспект, адже споживач буде аналізувати статті, які подаються у блозі.
- 5) Моніторинг конкурентів. Соціальні мережі – це не лише інструмент для просування, але й ресурс для отримання актуальної інформації про конкурентів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Назва сайту. URL: <http://conference.nbuiv.gov.ua/report/view/id/615> (дата звернення 04.03.2021)
2. Назва сайту. URL: <https://buklib.net/books/25963/> (дата звернення: 05.03.2021)
3. Назва сайту. URL: <https://tart.com.ua/uk/poslugi/smm/> (дата звернення: 07.03.2021)
4. Назва сайту. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Цільовий_маркетинг (дата звернення: 20.03.2021)
5. Назва сайту. URL: <http://fzgij.knukim.edu.ua/novyny/1408-tsikavi-fakty-pro-instahram> (дата звернення: 22.03.2021)
6. Назва сайту. URL: <https://cityhost.ua/uk/blog/kontent-plan-dlya-socialnyh-setey.html> (дата звернення: 23.03.2021)
7. Назва сайту. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Pinterest> (дата звернення: 08.04.2021)
8. Назва сайту. URL: <https://sites.google.com/site/socialnimereziart/vpliv-socialnih-merez-na-ludinu> (дата звернення: 10.04.2021)
9. Назва сайту. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/24405/2/MTEMSTE_2017_Vovchuk_O-SMM-promotion_in_social_137-138.pdf (дата звернення: 12.04.2021)
10. Назва сайту. URL: https://www.eduget.com/news/shho_take_smm_internet-prosuvannya_biznesu-1517 (дата звернення: 14.04.2021)
11. Назва сайту. URL: <https://www.businesslaw.org.ua/biznes-v-socialnyh-merejah/> (дата звернення: 15.04.2021)
12. Назва сайту. URL: <http://browncat.net.ua/smm-prodvizhenie-v-socialnyh-setjah-czto-eto-takoe-i-kak/> (дата звернення: 22.04.2021)
13. Назва сайту. URL: <https://sendpulse.ua/ru/support/glossary/social-media-marketing> (дата звернення: 23.04.2021)
14. Назва сайту. URL: <https://www.site2b.ua/web-blog/smm.html> (дата звернення: 23.04.2021)
15. Назва сайту. URL: <http://buduguru.org/profession/7> (дата звернення: 24.04.2021)