

2. Дія. Цифрова держава. URL: <https://plan2.diia.gov.ua> / (дата звернення: 02.12.2022).
3. Дія. Цифрова освіта // Режим доступу: <https://osvita.diia.gov.ua/digigram> (дата звернення: 02.12.2022)
4. Електронна система охорони здоров'я в Україні. URL: <https://ehealth.gov.ua/2022/11/10/na-platformi-diya-tsyfrova-osvita-z-yavyvsya-novyj-osvitnij-serial-dlya-regionalnyh-kerivnykiv-iz-tsyfrovoyi-transformatsiyi/> (дата звернення: 08.12.2022)
5. Ліщинська Л.Б. Основні тенденції Е-освіти в Україні. *Інтерактивний освітній простір ЗВО: матеріали всеукраїнського науково-практичного вебінару*. Вінниця, 2020. С. 45-47
URL: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/31582/71031.pdf?sequence=2&isAllowed=y>. (дата звернення: 02.12.2022)

Багнюк Є.А.,

студентка IV курсу кафедри івент-менеджменту та соціальних комунікацій ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв»;

Науковий керівник: Доній В.С., кандидат філологічних наук, доцент кафедри івент-менеджменту та соціальних комунікацій ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв», м. Миколаїв, Україна

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ЗАСОБАМИ INSTAGRAM

Сьогодні Instagram, безперечно, є однією з найпопулярніших соціальних мереж і налічує більше мільярда активних користувачів. Проведено чимало досліджень цього феномену і миттєвої популярності Instagram, і більшість результатів свідчать про простий факт: люди обожають дивитись фотографії. Люди завжди любили дивитися фотокартки та відео, але у 21 столітті все це трансформувалося у цифровий вимір.

У зв'язку з цим Instagram стає чимось набагато більшим, ніж просто соціальною мережею. Через Instagram можна вдосконалювати свій імідж або імідж бізнесу, можна розвивати свій імідж або імідж бізнесу так як хочеться вам, або ж власне Instagram може бути бізнесом. Вдалим прикладом цього є сучасні інфлюенсери, які вибудовували роками свій імідж у соціальній мережі. Для користувачів які не збираються монетизувати аккаунти, Instagram також є відмінною мережею. Наприклад: стрічка та архіви історій - це чудовий онлайн-альбом спогадів,

зручний месенджер дає змогу спілкуватись з друзями та родичами на відстанні, слідкувати за їх життям тощо. Звичайно, Instagram також слугує платформою для залучення людей, що є його початковою метою подібно до інших соціальних мереж.

Очевидно, що в процесі розвитку мережі, Instagram розробляв і додавав різні опції, і кількість підписників стала одним з найважливіших факторів в Instagram. Є багато причин того, чому правильне використання опцій та інструментів даної соціальної мережі є важливим у наборі якісної та лояльної аудиторії. Так, маючи велику кількість підписників в Instagram можна відкрити перед собою нові можливості, наведемо декілька з них:

1)Здійснення змін. Багато людей хочуть здійснити певні зміни, висловити свою думку, звернутися або просто звернути увагу на якесь питання, яке вони вважають важливим. Домогтися цього в соціальних мережах можна тільки в тому випадку, якщо вас бачить багато людей. Більша кількість підписників допомагає вам охопити ширшу аудиторію і, таким чином, забезпечити собі більші можливості для здійснення певних змін.

2)Можливість заробити гроші. Велика кількість підписників рекомендує компанії і бренди для потенційної співпраці. Кожна компанія має свою цільову аудиторію, і тому можна зв'язатись з інфлюенсерами Instagram для просування своїх продуктів. Якщо хтось пропонує співпрацю, крім того, що зазвичай така людина отримує подарунок від цієї компанії, також можливо отримати чималі роялті.

3)Своя історія. Instagram також є прекрасним місцем для залучення нових клієнтів і споживачів вашого продукту. Особливо корисною для розвитку ширшої мережі бізнесу може бути наявність серед друзів різних типів людей. Крім того, якщо просувати продукт коли є велика кількість підписників, то відвідувачі будуть мати більшу довіру.

4)Популярність. Зрештою, навіщо уникати цього - велика кількість друзів означає більшу популярність. Скільки б недоліків не мала популярність, є її переваги. Ваш голос буде почутий далі, а вплив буде більшим, якщо популярність буде більшою. Зрештою все зводиться до конкретних рішень і варіантів заради яких здобувається популярність. Вона сама по собі непогана, але хтось може використовувати її в поганих цілях. Є багато відомих людей, які займаються гуманними і важливими речами, ставлять важливі питання і допомагають різним проектам у всьому світі. У цьому їм значно сприяє їхня популярність.

5)Імідж. Соцмережі працюють на власний імідж та імідж компанії в рази ефективніше за багато маркетингових інструментів. Часи, коли продавала суха реклама з характеристикою товару, давно минули. Дистанція між користувачем та компанією звужується. Соцмережі сприяють цьому зближенню: можна відзначити бренд у соцмережах та швидко вирішити нагальне питання.

На що впливає імідж в Instagram та для чого він взагалі?

По-перше, звісно ж, це продаж. Вдалою ідеєю стане така схема: Компанія обирає місію яку вона буде позиціонувати та транслювати у своїх продажах та візуалі, робить на цьому акцент який виділяє її серед конкурентів, рекламується у

інфлюенсерів зі схожими поглядами, щоб наприкінці отримати лояльну та зацікавлену у їхньому продукті аудиторію. Таким чином працює воронка продажів підлаштована під позицію бренду, тим самим створюючи позитивний імідж компанії у якої хочеться купити. Відразу подивимось на це через приклад: У нас є компанія яка позиціонує себе як еко-бренд косметики. Вони транслюють свою позицію не лише через свій продукт, а й через контент та рекламу. Вони показують своє виробництво, усі тари багаторазові, і якщо ви замовите в них продукцію другий раз – вони запропонують вам її без нових баночок, що буде великим вкладом до зменшення забруднення планети. Їх аудиторія буде лояльною до самого бренду бо їх позиції збігаються, але якщо така компанія потрапить у певний екологічний скандал, або на них зроблять компрометуючий огляд – компанія втратить багато. Імідж дуже зіпсується і раніше лояльна аудиторія стане агресивно налаштована до бренду. Так через одну помилку можна втратити свій імідж і потім роками відбудовувати все наново, але як нам показує практика – багато хто не зміг цього зробити і втратив все.[1]

Як розвинути бренд за допомогою інструментів Instagram

Розважайте. Зовсім не обов'язково видавати щодня експертний контент. Іноді досить просто розважати чи створювати емоційний зв'язок: користувач заходить не тому, що хоче прочитати пораду чи завантажити гайд, а посміхнутися.

Шукайте експертів для обміну аудиторіями. Виробники маркерів COPIC залучають до створення контенту художників: наприклад, пропонують виступити їх амбасадорами або розповісти про свій досвід роботи у форматі інтерв'ю.

Робіть спецпроекти. На формування позитивного іміджу працюють спецпроекти. В світі багато професій та видів занять. Оберіть один з них та поіклуйтесь про людей які працюють в даній сфері. Наприклад: бренд косметики розробляє спеціальний крем для стюардес, бо в літаку завжди сухе повітря і ви хочете поіклуватись про стан їх шкіри. Для представниць цієї професії ви будете улюбленим брендом у якого беруть продукцію, бо саме ви поіклувались про них. Що це як не гарний імідж та крутий спецпроект.[2]

Отже, треба мислити ширше та виходити з поставлених завдань так, щоб сформувати позитивний образ бренду у соцмережах. Не дивіться на конкурентів: основа формування іміджу це цінності компанії. Не використовуйте інструменти, які використовують тільки для того щоб «було». Спробуйте всі варіанти, аналізуйте результати і фокусуйтеся на тому, що спрацювало саме для вас.

Список використаних джерел:

1. Історії створення іміджу брендів в інстаграм. - Електронний ресурс. Точка доступу: <https://bazilik.media/keisy/>
2. Як сформувати правильний імідж в соцмережах. - Електронний ресурс. Точка доступу: <https://life.nv.ua/ukr/blogs/jak-sformuvati-pravilnij-imidzh-v-sotsmerezah-dumka-223867.html>