

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему:

**«РОЗРОБКА КРЕАТИВНОЇ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ
ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ»**

Виконала: здобувачка 4 курсу, гр.МГ-20зс

Спеціальності 075 Маркетинг

Авсюнова Анастасія Вячеславівна

Керівник:

Білоткач І.А., к.е.н., доцент

Дніпро

2024

АНОТАЦІЯ

Авсюнова А. В. «Розробка креативної рекламної кампанії торговельного підприємства у соціальних мережах».

Робота присвячена розробці та впровадженню креативної рекламної кампанії для мережі супермаркетів VARUS у соціальних мережах. Розглядаються аспекти брендингу, етапи розробки кампанії, формування бюджету, вибір блогерів та оцінка ефективності. Проведений аналіз маркетингової діяльності підприємства, розроблена сегментація аудиторії та ринку. Розроблена кампанія націлена на привернення уваги аудиторії до мережі VARUS, підвищення свідомості про бренд та залучення нових клієнтів до супермаркетів мережі.

Ключові слова: *рекламна кампанія, соціальні мережі, брендинг, ефективність, аудиторія, блогери, рекламний бюджет, підприємство, торговельний бізнес, інтернет-маркетинг, ритейл.*

SUMMARY

Avsyunova A. «Development of a creative advertising campaign of a trading company in social networks.»

The work is devoted to the development and implementation of a creative advertising campaign for the VARUS supermarket chain in social networks. Aspects of branding, stages of campaign development, budget formation, selection of bloggers and evaluation of effectiveness are considered. An analysis of the company's marketing activities was carried out, audience and market segmentation was developed. The developed campaign is aimed at attracting the audience's attention to the VARUS chain, increasing brand awareness and attracting new customers to the chain's supermarkets.

Keywords: *advertising campaign, social networks, branding, effectiveness, audience, bloggers, advertising budget, enterprise, trade business, Internet marketing, retail.*

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1.....	Error! Bookmark not defined.
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ...	Error! Bookmark not defined.
1.1. Основні підходи до дослідження проблеми формування бренду в інтернет-середовищі.....	Error! Bookmark not defined.
1.2. Основні етапи розробки рекламної кампанії в соціальних мережах	Error! Bookmark not defined.
1.3. Методи оцінки результативності рекламної кампанії підприємства в соціальних мережах	Error! Bookmark not defined.6
РОЗДІЛ 2 ОЦІНКА РЕКЛАМНИХ КАМПАНІЙ СУПЕРМАРКЕТІВ VARUS У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	Error! Bookmark not defined.3
2.1. Загальна характеристика маркетингової діяльності підприємства	Error! Bookmark not defined.3
2.2. Аналіз ринку, на якому діє підприємство.....	48
2.3. Сегментування ринку та позиціонування продукції.....	59
2.4. Аналіз та оцінка існуючої системи рекламних кампаній в контексті маркетингової діяльності підприємства.....	65
2.5. SWOT- аналіз	Error! Bookmark not defined.1
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА КРЕАТИВНОЇ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ДЛЯ МЕРЕЖІ СУПЕРМАРКЕТІВ «VARUS» У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ...	Error! Bookmark not defined.5
3.1. Вибір перспективних соціальних мереж для проведення рекламних кампаній.....	Error! Bookmark not defined.5
3.2. Шляхи впровадження інтерактивних інструментів маркетингу в рекламні кампанії підприємства.....	77
3.3. Оцінка ефективності запропонованих заходів	Error! Bookmark not defined.2
ВИСНОВКИ	89
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	41
ДОДАТКИ	97

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. 4 кроки до вірального відео у тікток. URL: <https://marketer.ua/ua/4-steps-to-a-viral-video-on-tiktok/>
2. Bezus R., Bilotkach I., Kurbatska L. et al., 2020. Strategic imperatives of institutional development of organic market. In: Bulletin of the Transilvania University of Brasov, Series II: Forestry, Wood Industry, Agricultural Food Engineering. vol. 12(61), no. 1, pp. 97-108.
3. Digital 2024 Global Overview Report. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>
4. Facebook Ads показники ефективності рекламної кампанії. URL: <https://salesdoubler.pro/facebook-ads-yak-mozhna-vplivati-na-kliuchovi-pokazni/>
5. FMCG. Глосарій. Блог OMG agency. URL: <https://omgagency.me/blog/glossary/fmcg/>
6. State of PR 2023: PR-індустрія України в 2023: виклики, тренди, перспективи. Дослідження. URL: <https://uk.looqme.io/state-of-pr-2023>
7. SWOT-аналіз — основа формування маркетингових стратегій: Навчальний посібник / За ред. Л.В. Балабанової. 2-ге вид., випр. і доп. Київ: Знання, 2005. 301 с. (Вища освіта XXI ст.).
8. The Importance of Advertising in Marketing, Linkedin. URL: <https://www.linkedin.com/pulse/importance-advertising-marketing-gauravvishwkarma>
9. VARUS Omega LTD. URL: <https://www.linkedin.com/company/omega-ltd>
10. VARUS сплатив 1,1 млрд грн податків до бюджету України. URL: <https://cases.media/en/news/VARUS-splativ-1-1-mlrd-grn-podatviv-do-byudzhetu-ukrayini>
11. VARUS увійшов у ТОП-10 підприємств роздрібної торгівлі з бездоганною репутацією. URL: <https://cases.media/en/news/VARUS-uviishov-u-top-10-pidpriyemstv-rozdribnoyi-torgivli-z-bezdogannoyu-reputaciyeu>

12. VARUS: Як виділитися серед конкурентів та збільшити взаємодії за допомогою оновлення візуального стилю. Кейс ОМГ. URL: <https://omgagency.me/blog/cases/VARUS-yak-vydilytysya-sered-konkurentiv-ta-zbilshyty-vzayemodiyi-za-dopomogoyu-onovlennya-vizualnogo-stylyu/>

13. Wagner Eric, 6 steps to develop a winning marketing campaign. URL: <https://www.i7marketing.com/blog/internetmarketing/6-steps-develop-winningmarketing-campaign>

14. What Is the Importance of Advertising? (Plus Definition and Tips), Indeed. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/importance-ofadvertising>

15. Види реклами в Instagram. Блог OMG agency. URL: <https://omgagency.me/blog/vydy-reklamy-v-instagram/>

16. Вільчанський І. Що таке SWOT-аналіз та як його коректно проводити. 30.06.2023. URL: <https://www.ba.in.ua/2023/06/30/shho-take-swot-analiz-ta-yak-jogo-korrektno-provodyty/>

17. Гавриленко Н. Г., Шкода, М. С. (2017). Планування рекламної кампанії підприємства. In: Освітньо-інноваційна інтерактивна платформа «Підприємницькі ініціативи». Київський національний університет технологій та дизайну. Типологія та класифікація реклами. канали рекламної комунікації. URL: <https://moodle.znu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=284165>

18. Гавриленко Н.Г., Шкода М.С. Планування рекламної кампанії підприємства. Матеріали II Всеукраїнської наукової інтернет-конференції «Освітньо-інноваційна інтерактивна платформа «Підприємницькі ініціативи», Київ: КНУТД, 2017. С. 135–141. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/9910/1/OIP2017_P135-141.pdf.

19. Гайтіна Н. М. Новітні інструменти маркетингових комунікацій. Економічні проблеми сталого розвитку: матеріали міжнар.наук.-практ. Конф., присвяченої пам'яті проф. О. Балацький., Суми, 2014 .С. 198-200.

20. Глинський Н. Ю., Гірна О. Б., Мороз Л. А. (2017) «Сутність управління рекламною діяльністю на підприємстві.» Scientific notes of Lviv University of Business and Law 18, 38-42.

21. Гребенькова А. Як вигідно відрізнитись від конкурентів за допомогою системи програми лояльності? Досвід мережі VARUS. керівник CRM-центру мережі VARUS. CASES. <https://cases.media/en/article/yak-vigidno-vidriznyatis-vid-konkurentiv-za-dopomogoyu-sistemi-programi-loyalnosti-dosvid-merezhi-VARUS>

22. Діброва, Т. Г., Солнцев, С. О., Бажеріна, К. В. (2018). Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник, Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 300 с.

23. Дослідження медіаспоживання в Україні. Листопад 2023. URL: <https://gradus.app/uk/open-reports/ukrainians-are-increasingly-choosing-consume-news-video-format-and-messengers-remain-top/>

24. Дослідження українського ринку FMCG 10 травня 2023. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/doslidzhennya-ukrayinskogo-rynku-fmcga>

25. Іванченко Є. В. (2010) Послідовність формування ефективного процесу маркетингової комунікації на промисловому підприємстві. Вісник Сумського державного університету. Економічні науки. Суми, 2010. № 2. С. 189-184.

26. Інстаграм-сторінка VARUS. URL: <https://www.instagram.com/VARUS.ua/>

27. Копилов Д. Smm-стратегія та як її створити: 12 простих кроків. Блог OMG agency. URL: <https://omgagency.me/blog/smm-strategiya-ta-yak-yiyi-stvoryty-12-prostyh-kroktiv/>

28. Корнеєва С. 6 кроків, які допоможуть органічно зростати вашому Instagram: поради смм-ника OMG agency. Блог OMG agency. URL: <https://omgagency.me/blog/czi-6-kroktiv-dopomozhut-organichno-zrostaty-vashomu-instagram-porady-smm-nyka-omg-agency/>

29. Котлович Р. 5 трендів у smm, які все ще залишаються актуальними у 2024 році. Блог OMG agency. URL: <https://omgagency.me/blog/5-trendiv-u-smm-yaki-vse-shhe-zalyshayutsya-aktualnymy-u-2024-roczii/>

30. Красностанова Н. Сучасні технології та інструменти стратегічного аналізу. Економічний дискурс. 2021. Випуск 3-4. С. 115-127 URL: https://www.researchgate.net/publication/359889170_MODERN_TECHNOLOGIES_AND_TOOLS_OF_STRATEGIC_ANALYSIS/fulltext/64a1c097c41fb852dd45cd52/MODERN-TECHNOLOGIES-AND-TOOLS-OF-STRATEGIC-ANALYSIS.pdf

31. Макієнко І., Методи визначення рекламного бюджету компанії. URL: https://leosvit.com/art/metody_vyznachennia_reklamnogo_budzhetu_kompanii

32. Маранчак М. Ольга Румянцева, VARUS: Маркетинговий бюджет зменшився на 50%, кошти ми перерозподілили. 01.11.2022. URL: <https://rau.ua/personalii/olga-rumjanceva-VARUS/>

33. Мережевий FMCG України. Інфорграфічний звіт. URL: https://businessviews.com.ua/ru/get_file/id/fmcg-retail-ukraine-2020.pdf

34. Мучанка В. Брендинг у соціальних мережах: що це, чому він важливий і як створювати. 16.01.2024. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/brending-u-socialnih-merezhah-sho-ce-chomu-vin-vazhliiv-i-yak-stvoryuvati/>

35. Офіційний сайт ТОВ «АТБ-Маркет» URL: <https://www.atbmarket.com/>

36. Офіційний сайт «Асоціація ритейлерів України». URL : <https://rau.ua/uk>.

37. Підсумки 2023 року у FMCG ЯНВ 4, 2024. URL: <https://ua-retail.com/2024/01/pidsumki-2023-roku-u-fmcg/>

38. Підсумки 2023 року у FMCG: відновлення мереж, міграція в регіони, час магазинів біля дому, нові формати та автоматизація 04.01.2024. URL: <https://rau.ua/novyni/pidsumki-2023-roku-u-fmcg/>

39. Пілько А. Д., О. М. Лукан. Сучасні тенденції розвитку моделей маркетингових комунікацій. Зб. наук. пр. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. Економічні науки Івано-Франківськ , 2011.№. 7. С. 253-260. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprer_2011_7%282%29_48
40. Примаєв Т.О. Маркетингові комунікації: навчальний посібник. Київ: Ельга, Ніка-Центр,2003. 387 с.
41. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>
42. Рекламна кампанія як основна форма рекламної діяльності. URL: <https://moodle.znu.edu.ua/mod/resource/view.php?id=93167>
43. Рекламний креатив: навчальний посібник / Укладачі: О. І. Вікарчук, О.О. Калініченко, С.М. Ніколаєнко, І.О. Пойта. Житомир: Видавець О. О. Євенок, 2018. 208 с.
44. Розробка smm-стратегії: як поставити цілі? URL: <https://omgagency.me/blog/rozrobka-smm-strategiyi-yak-postavyty-czili/>
45. Сайт VARUS. URL: <https://VARUS.ua/about-company>
46. Слюсарєва Л. А. Удосконалення комунікаційної політики підприємства Економіка та суспільство. 2018. №16 URL: <http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/19377>
47. Споживчі тренди українців на третьому році великої війни. Дослідження. URL: <https://gradus.app/uk/open-reports/consumer-trends-jEeBSuSzZDDStM7Y6WyX93r>
48. Топ-10 українських продуктових мереж за кількістю магазинів і темпами відкриттів у 2023 році 18.03.2024. URL: <https://rau.ua/novyni/top-10-merezh-kilkistju-2023/>
49. Топ-5 трендів та тенденцій українського ритейлу у 2024 році 13.02.2024. URL: <https://www.ucsc.org.ua/top-5-trendiv-ta-tendenczij-ukrayinskogo-rytejlu-u-2024-roczii/>
50. Як визначити тональність комунікації? URL: <https://omgagency.me/blog/yak-vyznachyty-tonalnist-komunikacziyi/>

51. Як залучати нових клієнтів та правильно сегментувати клієнтську базу. Кейс VARUS. URL: <https://cases.media/en/article/yak-zaluchati-novikh-kliyentiv-ta-pravilno-segmentuvati-kliyentsku-bazu-keis-VARUS>

52. Як змінився ринок українського продовольчого ритейлу за час війни 13.12.2023. URL: <https://rau.ua/novyni/retail-war/>

53. Як напрям e-commerce стає драйвером сучасного ритейлу. URL: <https://cases.media/en/article/yak-napryam-e-commerce-staye-draiverom-suchasnogo-riteilu>

54. Ястремська О.М., Поклонська Л.С. Рекламна стратегія: теоретичні положення та класифікація. Економіка розвитку: наук. журн. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2015. № 2 (74). С. 70–78. URL: irbis-nbuv.gov.ua-cgi-bin-irbis_nbuv-cgiirbis_64-ecro_2015_2_11.

ДОДАТКИ

Додаток А. Фото торговельних залів

Рис. А1. Варус кафе



Рис. А2. Торговельний зал великого формату



Рис. А3. Варус TO GO формату



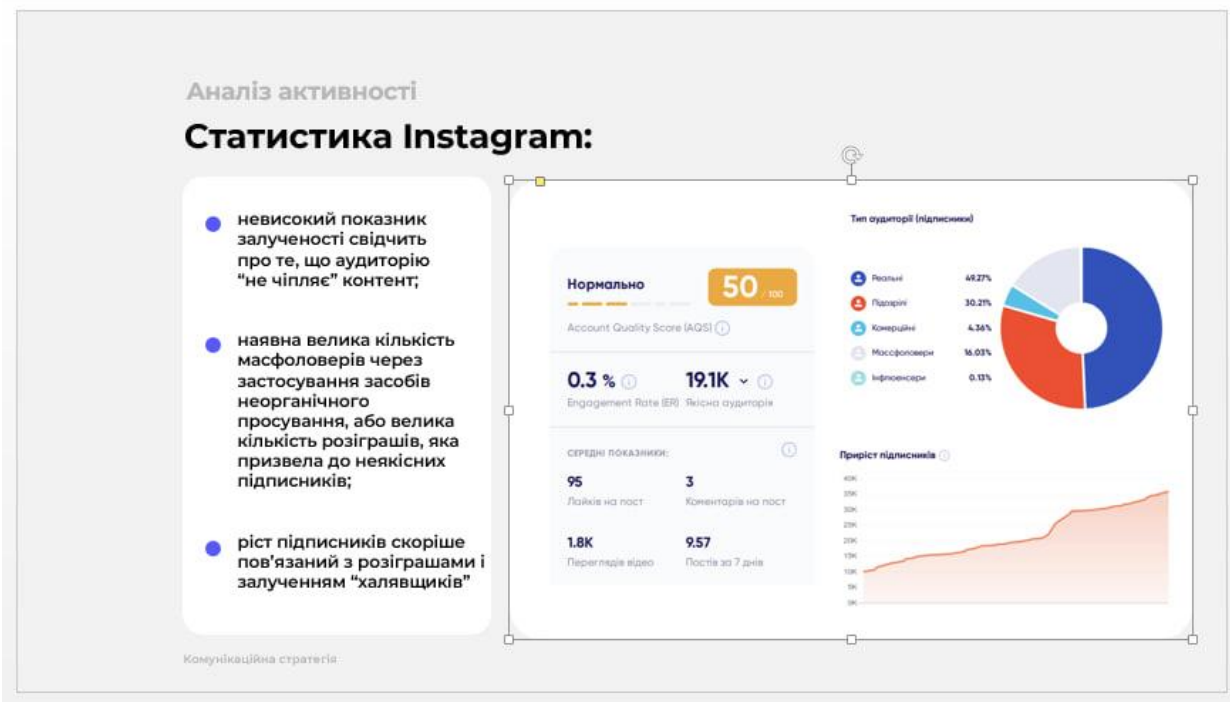


Рис. Б2. Сторінка інстаграм Варус 2022 року

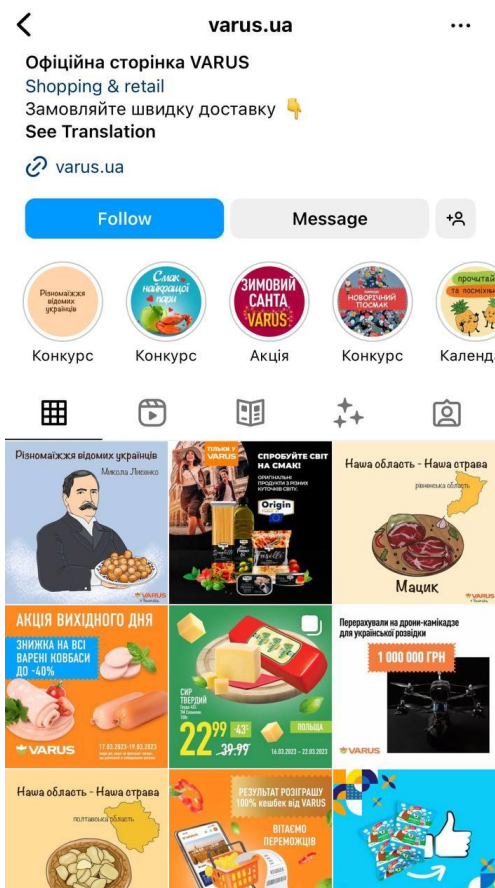


Рис. Б3. Оцінка якості аудиторії

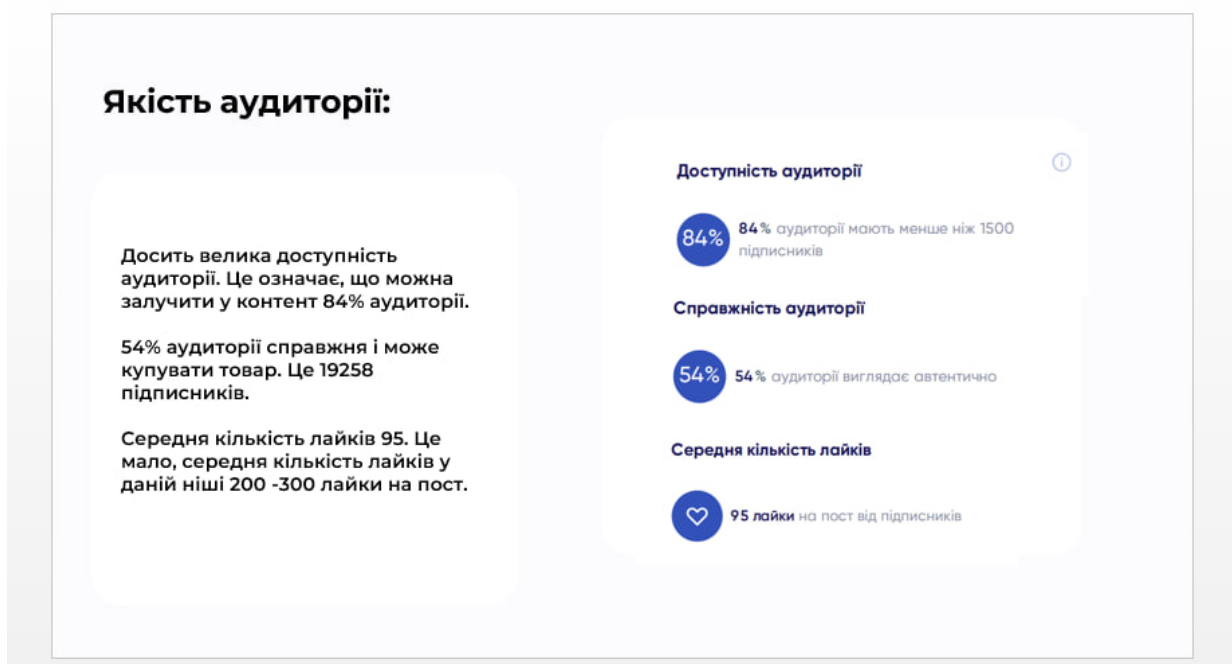


Рис. Б4. 2023-2024 рік приріст підписників

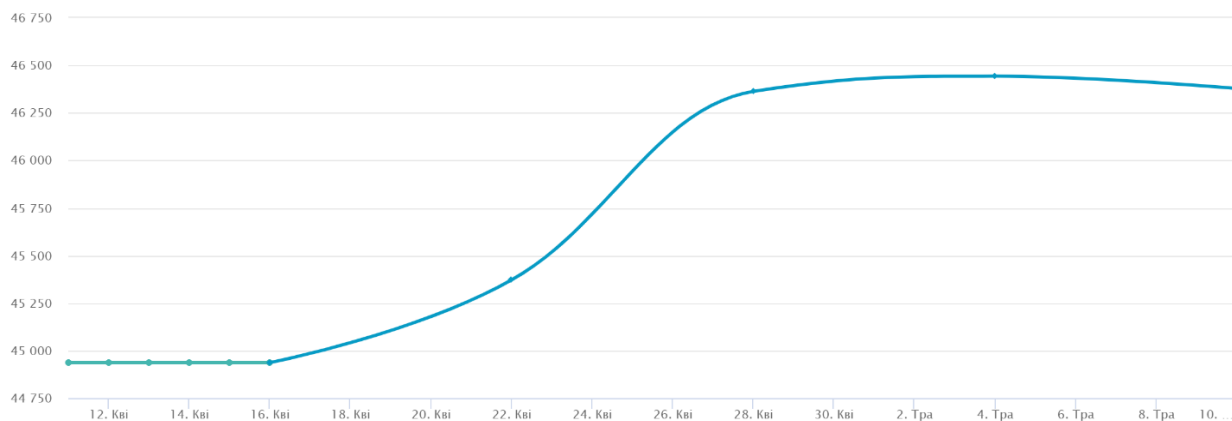
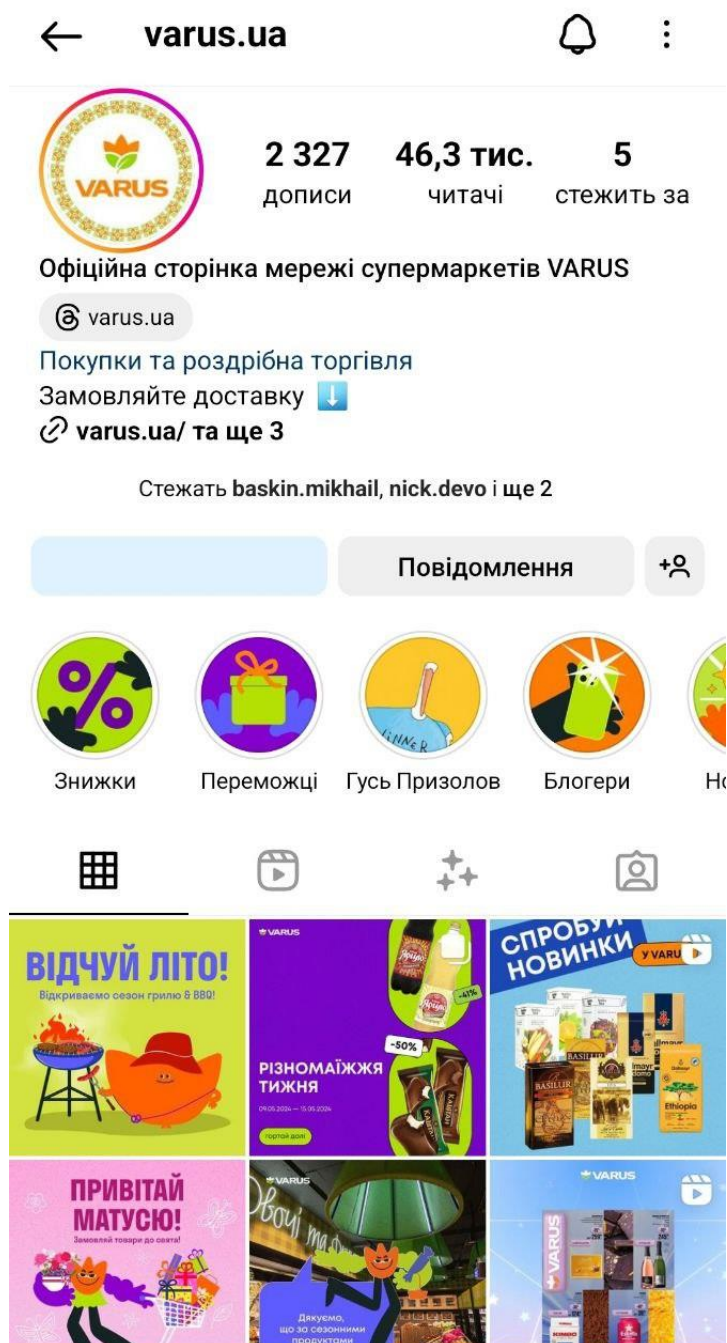


Рис. Б5. Сторінка Варус 2023-2024 роки після ребредингу.



Додаток В. Візуальна складова
Рис. В1. Приклад оформлення дописів.



Рис. В2. Сторінка до / після ребрендингу.



Рис. ВЗ. До / після приклади оформлення дописів.



Додаток Г. Медіаплан
Таблиця Г1. Підбір інфлюенсерів

				Аудиторія 18 -44 р, % від загальної аудиторії	Підписники з України, %	Середня кількість переглядів для 1-го поста в Instagram	Середня кількість переглядів для 1-го поста в TikTok	Средня кількість переглядів 1-й сторіз в Instagram	Reels
1	dashatm19_	TikTok	https://www.tiktok.com/@dashatm19_	99%	83%		200 000		
2	kubikrombik		https://www.tiktok.com/@kubikrombik	97%	48%		300 000		
3	skomoroh		https://www.tiktok.com/@skomoroh	96%	85%		220 000		
4	mandziuk.selera	Instagram	https://www.instagram.com/mandziuk.selera/	86%	74%			25 000	120 000
5	taras_yaremiy		https://www.instagram.com/taras_yaremiy/	89%	74%			30 000	180 000
6	anton_tymoshenko		https://www.instagram.com/anton_tymoshenko/	92%	69%			20 000	100 000
7	da_astafieva		https://www.instagram.com/da_astafieva/	83%	64%	200 000		60 000	
8	lesia_nikituk		https://www.instagram.com/lesia_nikituk/?hl=ru	81%	63%	400 000		150 000	

Таблиця Г2. Виходи публікацій та вартість

	Вартість інтеграції за 1 прояв, грн з АК і ПДВ				Instagram	Кількість в Instagram	Кількість Reels	Кількість TikTok	Вартість, грн з АК і ПДВ	Загальне охоплення	Загальне охоплення проекту Україна	Cost-per-view (CPV) вся аудиторія	Cost-per-view (CPV) Україна
	Instagram (серія сторіз)	Reels	Instagram пост	TikTok									
dashatm19_				129 600,00				1	129 600,00	200 000	166 000	0,648	0,780722892
kubikrombik				136 800,00				1	136 800,00	300 000	144 600	0,456	0,946058091
skomoroh				60 000,00				1	60 000,00	220 000	187 220	0,272727273	0,320478581
mandziuk.selera	57 600,00	57 600,00					3	1	115 200,00	145 000	107 735	0,794482759	1,069290388
taras_yaremiy	22 500,00	45 000,00					3	1	67 500,00	210 000	154 980	0,321428571	0,43554007
anton_tymoshenko	30 000,00	60 000,00					3	1	90 000,00	120 000	82 680	0,75	1,088534107
da_astafieva	64 800,00		115 200,00			1	3		180 000,00	60 000	38 100	3	4,724409449
lesia_nikituk	129 540,00		288 000,00			1	2		417 540,00	150 000	93 750	2,7836	4,45376
									1 196 640,00	330 000,00	214 530,00		