**«маркетинг**

**реклама**

Главный редактор:

Ромат Е. В.,

доктор наук гос. управления, профессор Киевского национального торгово-экономического университета (КНТЭУ),

Председатель Союза рекламистов Украины (Киев)

Редакционный совет:

Балакирева **О.** Н„

канд. социол. наук, директор Украинского института социальных исследований им. А. А. Яременко (Киев);

ДлигачА. А.,

доктор экон. наук,

генеральный директор Advanter Group, профессор Киевского национального университета им. Тараса Шевченко (Киев)

Заруба В. Я.,

доктор экон. наук, профессор Национального технического университета «Харьковский политехнический институт» (НТУ «ХПИ») (Харьков); Иртлач М. А директор по маркетингу Sales House Adpartner,

CEO в Digital Decisions (Киев)

Ливанова **Э.** М.

директор Института демографии и социальных исследований НАН Украины,

академик НАН Украины (Киев); Мазараки А. А

доктор экон. наук, профессор, ректор КНТЭУ, академик Академии педагогических наук Украины (Киев);

Онищенко В. **Ф.,**

доктор экон. наук, профессор, профессор Киевского национального торгово-экономического университета (Киев);

Пекар В**.** А.,

президент компании «Евроиндекс» (Киев);

Перерва П. Г.,

доктор экон. наук, профессор, декан НТУ «ХПИ» (Харьков);

Чурилов Н. Н.,

доктор социол. наук, профессор, генеральный директор компании KantarTNS (Киев)

Ответственный редактор:

Татьяна Пирогова

В НОМЕРЕ:

Фестивали

«Рекламний Полігон»: в Одесі відбувся креативний баттл б

В Україні стартував 11-й Національний фестиваль

соціальної реклами® 8

Практик Маркетинг Клуб

БММ — мощное эффективное направление маркетинга, актуальность которого будет возрастать в дальнейшем (результаты блиц-опроса экспертов) 10

Виталий Цуд

Как продвигать бизнес в соцсетях 20

Восемь тактик в социальных сетях, которые помогут повысить конверсии 25

Виктория Кравченко

Нужно хорошо разбираться в работе соцсетей

и активно работать вместе с БММ-специалистами 28

Елена Куденко

Контент-маркетинг — один из базовых инструментов любого БММ- специалиста 30

Евгений Шевченко

Чек-лист задач для СММ-щика: от ежедневных до ежеквартальных 34

Ирина Шадейко

В каких сетях «зависает» ЦА — спрашивайте у ваших клиентов 39

Леонид Калиниченко

Потребитель стал гораздо переборчивее, осторожнее и обоснованно требовательнее 42

Илья Злобин

Тенденции маркетинга в социальных сетях меняются каждый год 44

Оксана Васильева

При выборе социальной сети нужно руководствоваться характеристиками вашей целевой аудитории 46

Интернет-маркетинг

Татьяна Верещинская

Как таргетированная реклама укрепляет стереотипы 48

sММ

Ульяна Колодий

БММ — это очень эффективное направление маркетинга 52

Виктория Кофман

Социальные сети — идеальное место для соблазнения потребителя ... 55

Стратегический маркетинг

Андрей Зинкевич

Разработка маркетинговой стратегии для компаний В2В и БааБ: пошаговое руководство

sмм

Рустам Алиев

Вся работа в соцсетях направлена на повышение лояльности аудитории

Владислав Плужниченко Аналитика в БММ — наше всё

58

70

72

10 законов БММ-маркетинга: чего от вас ждут клиенты

Артем Бебик

Нині в тренді й добре працює соттипіїу-маркетинг

ОФИЦИАЛЬНАЯ ХРОНИКА

День працівників торгівлі в КНТЕУ

SMM

Анастасия Шупик

Самые правдоподобные и ненавязчивые посты продуктов

- это обзоры

74

82

86

88

Маркетинг и реклама № 7-8 (274-275) Июль-август 2019

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 |  |  **Бебик, А.** Нині в тренді й добре працює community-маркетинг / А. Бебик // Маркетинг и реклама. – 2019. – №7-8. – С. 82-83. *Статья посвящена использованию социальных сетей в достижении маркетинговых целей*  |
| 2 |  |  **Верещинская, Т.** Как таргетированная реклама укрепляет стереотипы / Т. Верещинская // Маркетинг и реклама. – 2019. – №7-8. – С. 48-51. *Статья посвящена использованию социальных сетей в достижении маркетинговых целей* |
| 3 |  |  **Зинкевич, А.** Разработка маркетинговой стратегии для компаний В2В и SAAS: пошаговое руководство / А. Зинкевич // Маркетинг и реклама. – 2019. – №7-8. – С. 58-69.*В статье детально разобрали процесс разработки маркетинговой стратегии для компаний В2В и SAAS* |
| 4 |  |  **Кофман, В.** Социальные сети - идеальное место для соблазнения потребителя / В. Кофман // Маркетинг и реклама. – 2019. – №7-8. – С. 55-57.*Статья посвящена использованию социальных сетей в достижении маркетинговых целей*  |
| 5 |  |  **Кравченко, В.** Нужно хорошо разбираться в работе соцсетей и активно работать вместе с SMM-специалистами / В. Кравченко // Маркетинг и реклама. – 2019. – №7-8. – С. 28-31.*Статья посвящена использованию социальных сетей в достижении маркетинговых целей*  |
| 6 |  |  **10 законов SMM-маркетинга: чего от вас ждут клиент** // Маркетинг и реклама. – 2019. – №7-8. – С. 74-81.*Статья посвящена использованию социальных сетей в достижении маркетинговых целей*  |