

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ЗАЛУЧЕННІ АУДИТОРІЇ НА EVENT

Соціальні мережі стали невід'ємною частиною життя більшості людей. Вони не тільки забезпечують комунікацію між людьми, а й відкривають багато можливостей для просування подій, залучення аудиторії та створення позитивного іміджу для заходу.

За статистикою, 95% людей щодня використовують соціальні мережі: для спілкування, пошуку інформації, замовлення товарів. З них 87% більше довіряють інформації, яка отримана в соцмережах, а не в офіційних джерелах. Соцмережа – підходящий майданчик для просування event's. Ігнорувати її – значить, втратити потенційних відвідувачів, а також упустити вигідну можливість просування інформації про захід [3].

Організатори подій часто використовують соціальні мережі для привернення уваги учасників, стимулювання інтересу та мотивування людей брати участь у різноманітних заходах. Перевага соціальних мереж у тому що вони дозволяють ефективно охоплювати велику аудиторію, створювати інтерактивні кампанії та забезпечувати максимальний зв'язок між організаторами та потенційними учасниками.

Завдяки соціальним мережам інформація може достатньо швидко поширюватися. Платформи дозволяють створювати події, публікувати анонси, розсилати нагадування та ділитися новинами про захід у режимі реального часу. Прикладом є Instagram, одна з найпопулярніших соціальних мереж, де інформація про події може поширюватися дуже швидко завдяки різним інструментам платформи. Також, швидко зростаюча платформа серед молоді TikTok, яка популярна завдяки коротким відеороликам [2].

Через певні алгоритми соціальних мереж інформація може поширюватися серед великої кількості людей за короткий термін часу, та не тільки тих, хто вже підписаний на сторінку організатора та слідкував за нею, а й потенційних учасників, які можуть бути зацікавлені.

Крім того, соціальні мережі дозволяють інтерактивно взаємодіяти з людьми. Постійна взаємодія із аудиторією, швидка реакція на коментарі та особисті повідомлення, організація онлайн-івентів (вебінари, АМА-сесії тощо) допомагають нарощувати та підтримувати лояльність спільноти. Також, співпраця з блогерами, інфлюенсерами або медійними людьми допомагає зробити подію більш відомою.

Важливим інструментом є візуальний контент Фото, відео та інфографіка є одними з найбільш залучаючих форматів. Яскраві та якісні

зображення привертають увагу та викликають інтерес [2]. Вони не лише інформують про подію, а й створюють перше враження й формують емоційний відгук у потенційних учасників, допомагаючи їм уявити атмосферу заходу та зрозуміти його цінність, тим самим створюючи бажання долучитися до події.

Соціальні мережі також надають можливість таргетованої реклами, наприклад у Facebook, Instagram, TikTok або LinkedIn, що дозволяє точно визначити аудиторію за віком, інтересами, географією чи поведінкою. Це допомагає підвищити ефективність просування та залучити саме потрібну аудиторію. Зокрема, цільова реклама дає можливість витратити бюджет на конкретну аудиторію, яка, ймовірно, буде зацікавлена у події, а хештеги та пошукові функції на платформах дають змогу залучати людей, які шукають подібні події [1].

Суттєве значення мають і відгуки та коментарі учасників подій які вже відбулися у минулому, бо ними можна поділитися на сторінках у мережах та вони підвищують довіру до заходу.

Також, соціальні мережі прискорюють і спрощують процеси спілкування: вбудовані месенджери забезпечать миттєву комунікацію, пересилання файлів, контакти в текстовому, аудіо-та відеоформатах. Чат-боти в месенджерах здатні звільнити організатора від рутинної роботи з клієнтами (наприклад, покупцями квитків) [3]. До прикладу, чат-бот Ostar є помічником щоб знайти та купити квитки на вистави в Києві.

Однією з великих переваг використання соціальних мереж для залучення людей на події є можливість відстежувати ефективність кампаній у реальному часі (Facebook Insights, Instagram Analytics), отримувати дані про охоплення, взаємодію, кількість кліків, перегляди відео, що допомагає оцінити успішність залучення аудиторії до події.

Таким чином, соціальні мережі є потужним інструментом залучення людей на події. Вони забезпечують швидке поширення інформації, впізнаваність, інтерактивність та емоційний контакт з аудиторією, дозволяють точно визначати цільову аудиторію та створювати позитивний імідж заходу. Завдяки цьому організатори мають змогу не тільки збільшити кількість учасників, але й зробити захід більш успішним та запам'ятовуваним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Джогол А. Що таке івент-залученість? URL: <https://surl.li/jdkixw> (дата звернення 10.10.2025)
2. Стратегії соціальних мереж для малих бізнесів. URL: <https://coi.ua/blog/AdMarketing/social-media-strategies-for-small-businesses/> (дата звернення 10.10.2025)

3. Як соціальні мережі змінили івент сферу та чим вони корисні. URL: <https://arenacs.ua/vlyyanye-sotsyalnyh-setej/> (дата звернення 11.10.2025)