

Іценко Т.Е., здобувачка спеціальності 075 Маркетинг

Науковий керівник: Дронова Т.С., к.е.н., доцент кафедри маркетингу

(Університет митної справи та фінансів, м. Дніпро, Україна)

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ПЛАТФОРМИ ТІКТОК ДЛЯ БІЗНЕСІВ

Використання платформи TikTok для бізнесів має велике значення у сучасному цифровому світі. TikTok є однією з найпопулярніших соціальних мереж, з численними активними користувачами в усьому світі, особливо серед молодшої аудиторії. Для бізнесів це означає великий потенціал для просування своїх товарів або послуг серед широкої аудиторії. За допомогою TikTok компанії можуть створювати оригінальний та цікавий контент, який легко розповсюджувати серед користувачів. Це дозволяє підвищити свій бренд та привернути нових клієнтів. Крім того, платформа TikTok надає можливість використовувати рекламні інструменти для цільової аудиторії, що допомагає збільшувати продажі та підвищувати свою впізнаваність серед конкурентів. Використання платформи TikTok для бізнесу стає важливою стратегією в онлайн маркетингу, що дозволяє досягти успіху та відкрити нові можливості для розвитку компанії.

В сучасному цифровому світі соціальні медіа платформи стають все більш важливим інструментом для розвитку бізнесу та просування товарів і послуг. Однією з найбільш швидко зростаючих платформ є TikTok, яка набула великої популярності серед різних груп користувачів. Adobe Express опитали 808 споживачів та 251 власників бізнесу, отримавши дуже неочікуваний результат, що змінює уявлення про методи та місця просування товарів і послуг у сучасному бізнесі. Згідно з дослідженням, близько 41% сучасних інтернет-користувачів використовують TikTok як пошукову систему [1]. Ця цифра свідчить про значний потенціал платформи для бізнесів та підприємців.

У дослідженні представлено порівняння різних поколінь: як вони звертаються до TikTok для задоволення своїх потреб у пошуку та що саме шукають. Особливо цей тренд помітний серед молодшого покоління, зокрема серед покоління Z. За результатами дослідження соціальних медіа Adobe, 64% покоління Z та 49% покоління міленіалів заявляють, що використовують TikTok як пошукову систему. Це свідчить про великий потенціал платформи для охоплення цільової аудиторії серед молоді. Серед старшого покоління застосовують TikTok для пошуку 29% представників покоління X та 14% бейб-бумерів [1].

Серед основних причин використання TikTok для пошуку можна виділити пошук нових рецептів, музики, порад щодо хенд-мейду та моди, програми спортивних тренувань та багато іншого. Це свідчить про широкий спектр інтересів користувачів платформи та можливості для бізнесу залучати їх увагу та пропонувати відповідні товари та послуги.

TikTok став платформою, яка залучає мільйони користувачів з усього світу, незалежно від віку та географічного розташування. Його короткі відеоролики стали віртуальним вікном для реклами товарів і послуг. Бізнеси мають унікальну можливість залучити увагу аудиторії шляхом створення цікавого та креативного контенту на цій платформі. За даними респондентів опитування, TikTok приваблює користувачів, оскільки у ньому є короткі та інформативні відео, виразні формат розповіді, та персоналізований вміст, адаптований до глядача. Застосування алгоритмів сприяє отриманню більш точних та актуальних результатів пошуку на платформі, що приваблює підприємців стартувати зі своїм бізнесом у TikTok. Виявилось, що користувачі під час пошуку контенту у TikTok найбільше люблять відео уроки, огляди товарів чи послуг та особисті історії. Тож під час наповнення контентом бізнес-сторінки варто взяти це до уваги та створювати релевантні ролики для своєї аудиторії.

Сьогодні вже більше половини власників бізнесу (54%) використовують TikTok для просування свого бізнесу, розміщуючи контент в середньому дев'ять разів на місяць. Деякі також користуються потенціалом маркетингу впливу — 25% власників малого бізнесу співпрацюють з інфлюенсерами у TikTok для просування своїх товарів чи послуг [1].

Згідно оновлених даних, в середньому власники бізнесу виділяють 15% свого маркетингового бюджету на створення контенту для TikTok. Виникнення нових інструментів для створення креативних відео допомагає їм заощадити кошти та монтувати відео для TikTok за лічені хвилини. Безкоштовні редактори відео дають змогу власникам бізнесу робити це навіть без досвіду у цій сфері. Отже, очевидно, що цифра використання TikTok для бізнесу найближчим часом буде тільки збільшуватись.

Дослідження Adobe дозволяє стверджувати, що дедалі більше споживачів використовують TikTok не лише як розважальну платформу, але й як засіб пошуку, що дозволяє знаходити контент, що їм подобається. Особливо це спостерігається серед молодшої аудиторії, оскільки вони не лише отримують персоналізований контент, але й розглядають TikTok як серйозного конкурента традиційним пошуковим системам. Ця тенденція набирає обертів, і для бізнесу, особливо для малого, це створює чудову можливість використовувати потенціал TikTok і створювати контент, який ефективно взаємодіє з аудиторією.

Платформа TikTok надає бізнесу та підприємцям унікальну можливість привернути увагу мільйонів користувачів з усього світу. Використання TikTok як інструмента для просування товарів і послуг може сприяти як підвищенню впізнаваності бренду, так і збільшенню продажів. Завдяки широкій аудиторії та швидкому зростанню популярності платформи, використання TikTok в бізнесі має значний потенціал у майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Using TikTok as a Search Engine. URL: <https://www.adobe.com/express/learn/blog/using-tiktok-as-a-search-engine> (дата звернення: 06.03.2024).