

Миголь Яніна Василівна
(*наук. керівник – канд. філол. наук, доцент Чередник Л. А.*)

Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», м. Полтава

РОЛЬ ВЕБСАЙТА В РЕКЛАМІ ТА ПРОМОЦІЇ САЛОНУ КРАСИ

Сучасний бізнес салонів краси важко уявити без належної онлайн-реклами. Інтернет-портал став не лише засобом комунікації з клієнтами, а й потужним інструментом для реклами та просування послуг цих закладів. За допомогою вебсайтів салони «можуть ефективно представити свою унікальність, привернути нових клієнтів та підтримувати відносини зі старими» [3].

Інтернет-портал дає змогу салонам краси не лише донести інформацію про послуги та ціни, але й створити віртуальний образ бренду. Саме через вебсайти клієнти можуть ознайомитися з портфоліо робіт, відгуками відвідувачів закладу та забронювати час для візиту.

Популярність вебсайтів серед салонів краси пояснюється їхньою універсальністю та доступністю. Дійсно, вони є ефективним інструментом для будь-якого типу закладу, незалежно від його розміру або спеціалізації. До того ж інтернет-портал дає змогу салонам краси залучати клієнтів не лише з місцевого ринку, а й з інших міст та країн, що розширює їх аудиторію і збільшує прибуток.

Для успішного просування салону на ринку послуг використовують багато різних прийомів і засобів. Розглянемо деякі з них.

Насамперед це онлайн-присутність взагалі, оскільки саме вебсайт є візитівкою закладу. До того ж він дає змогу потенційним клієнтам дізнатися більше про послуги, переглянути фото робіт, знайти контактні дані та графік роботи. Важливо, щоб вебсайт був естетичним, зручним у використанні та містив актуальну інформацію. Це створює перше позитивне враження про салон.

Нині широкої популярності набуло **SEO-просування**. Оптимізація вебсайта під пошукові системи допомагає залучати органічний трафік. Важливо використовувати ключові слова, описувати послуги та додавати релевантний контент. Це допомагає підняти рейтинг сайту в пошукових системах та зробити його більш помітним для потенційних клієнтів.

Важливу роль, на думку експертів із маркетингу, відіграють **акції та спеціальні пропозиції**. Розміщення інформації про акції, знижки та подарунки для клієнтів на вебсайті стимулює їх до відвідування салону. Це може бути розділ «Акції» або «Спеціальні пропозиції», де регулярно оновлюються варіанти обслуговування для привертання уваги клієнтів.

Вагоме значення належить і **зворотній комунікації**. Саме вебсайт дає змогу клієнтам зв'язатися із закладом через онлайн-форми [2, с. 208]. Співробітникам салону важливо оперативно відповідати на запити, щоб підтримувати зв'язок із клієнтами і надавати їм необхідну інформацію.

Останнім часом швидких обертів набирають **публікації у блогах**. Безумовно, тематичні статті, розміщені на вебсайті, зможуть допомогти клієнтам отримати

корисну інформацію про красу, догляд за собою та сучасні тренди. Загалом, це підвищує експертність салону та привертає увагу нових клієнтів. Створення цікавого контенту на вебсайті може привернути увагу клієнтів.

З огляду на закони успішного маркетингу кожен заклад повинен мати неповторний імідж, його брендування має бути впізнаваним, тому без вебсайта просто не обійтися. Графіка, кольори, логотип та загальний дизайн повинні відповідати спрямованості бренду. Це допомагає клієнтам легше впізнавати салон та асоціювати його з послугами, які там надають.

Викликати симпатію до салону допоможе портфоліо та відгуки, які зазвичай розміщують на сайті. Це допомагає клієнтам оцінити навички персоналу та якість їх послуг, що збільшує довіру до салону.

У сучасному житті майже неможливо обійтися без **соціальних медіа, які використовуються для реклами**. З-поміж персоналу салону непогано було б мати аналітика, який буде відстежувати результати роботи та думки клієнтів щодо закладу. Усе це уможливить покращення стратегії подальшого розвитку закладу.

Також вебсайт може стати платформою для програми лояльності. Створення особистого кабінету для клієнтів, де вони можуть відстежувати свої послуги, отримувати бонуси та знижки, сприяє збереженню і залученню нових відвідувачів.

У багатьох престижних салонах краси люблять розміщувати віртуальні тури закладом чи відеоогляди процедур, що допомагає клієнтам краще ознайомитися з послугами та атмосферою салону, збільшити їхню зацікавленість.

У сучасному світі з його шаленими швидкостями актуальним може стати **бронювання онлайн**. Наявність цієї функції на вебсайті дають змогу клієнтам самостійно обирати дату та час відвідування, послуги та майстра тощо. Усе це робить процес запису на послуги зручним та ефективним.

Важливим чинником є контактна інформація та мапа. Цю актуальну інформацію необхідно розмістити на сайті. А мапа, у якій демонструватиметься розміщення салону, допоможе потенційним клієнтам знайти салон чи зв'язатися з його співробітниками.

Актуальною є і **мобільна версія**, що значно полегшить доступ клієнтів до інформації про салон з будь-якого пристрою.

Безумовно, для успішної роботи салону необхідним є регулярне оновлення контенту, оптимізація сайту для пошукових систем, вивчення потреб аудиторії [4]. Усі ці аспекти разом можуть допомогти створити привабливий вебсайт для салону краси, який буде відображати його індивідуальність і допомагати в залученні та утриманні клієнтів.

Список використаних джерел

1. Діб А. Маркетинговий план на одну сторінку. Харків: Vivat, 2020. 144 с.
2. Муті І. Розробіть позиціонування брендів. Брендінг за 60 хвилин. Харків: Ранок, 2019. С. 208–209.
3. Ринок салонів краси в Україні: аналітичний огляд. *Pro Consulting*. 2020. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynka-salonov-krasoty-v-ukraine-i-snganaliticheskij-obzor>
4. Як правильно відкрити салон краси? *Beauty Pro – програма для салону краси*. URL: <https://beautyprosoftware.com/uk/blog/7-faktov-kotorie-nuzhno-znat/>

Анотація. У тезах розглядається роль вебсайта в успішній діяльності салону краси. Надаються приклади та поради щодо ефективного використання вебсайта для реклами та просування, зокрема це SEO-просування, акції та спеціальні пропозиції, зворотна комунікація, публікації в блогах та соціальних медіа, а також можливість онлайн-бронювання та мобільну версію сайту.

Ключові слова: вебсайт, промоція, SEO-просування, імідж, бренд.



УДК: 65.012.32:004.421.6(477):004.94+004.738

Нелюбій Вероніка Ігорівна

(наук. керівник – канд. екон. наук Прігунов О. В.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ

У сучасному світі інформаційні системи (ІС) відіграють важливу роль у всіх сферах життя. Вони допомагають оптимізувати бізнес-процеси, підвищувати продуктивність праці, приймати кращі управлінські рішення та покращувати якість життя людей. Розробка ефективних ІС потребує ретельного вивчення та розуміння технологічних аспектів, які впливають на їх функціонування.

Інформаційна система (англ. *information system*) – це сукупність організаційних і технічних засобів для збереження та обробки інформації з метою забезпечення інформаційних потреб користувачів [1].

ІС класифікують за типом даних:

- фактографічні;
- документальні.

За ступенем автоматизації інформаційних процесів:

- ручні;
- автоматичні;
- автоматизовані.

За характером обробки даних:

- інформаційно-пошукові;
- інформаційно-розв'язуючі;
- керуючі.

За сферою застосування:

- ІС організаційного управління;
- ІС управління технологічними процесами;
- ІС автоматизованого проектування;
- інтегровані (корпоративні) ІС.

За рівнем управління, на якому використовується ІС:

- ІС оперативного рівня;
- ІС рівня фахівців;
- ІС рівня менеджменту;
- стратегічні ІС [2].