Благодарение на инструментите на маркетинга на социалните медии, бизнесът днес лесно достига до милиони потенциални клиенти от целия свят.

Общо казано, маркетингът в социалните медии се отнася до процеса на генериране на онлайн трафик или на внимание чрез сайтове на социални медии.

Ясно е, че програмите на маркетинга на социалните медии се съсредоточават върху усилията за създаване на съдържание, което привлича вниманието и подтиква читателите да го споделят в техните социални мрежи.

Несъмнено, социалните медии се превърнаха в платформа, която е достъпна за всеки, който има интернет достъп.

Актуално и дори задължително в днешно време е всяка организация да има заявено присъствие в социалните мрежи, което повишава комуникацията с потенциалните потребители и насърчава популярността на марката.

Благодарение на използването на тази форма на интернет маркетинг, който включва различни мрежи на социалните медии, бизнесът постига интензивна маркетингова комуникация и утвърждаване на бранда си.

Разбира се, социалните медии служат и като сравнително евтина платформа за реализиране на маркетингови кампании.

Ако бъде изпълнен правилно, маркетингът на социалните медии може да донесе забележителен успех за всеки бизнес.

Най-характерното за маркетинга на социалните медии е, че е свързан с дейности като: социално споделяне на съдържание, видеоклипове и снимки за маркетингови цели.

Колкото по-голямо е присъствието на бизнеса в социалните медии, толкова по-голяма е разпознаваемостта на марката, продукта или услугата, която предлага.

Освен това, чрез социалните медии компаниите получават директна обратна връзка от своите клиенти – потенциални и настоящи, което е изключително ценно.

Всъщност, маркетингът на социалните медии стана толкова използван с популяризирането на социални платформи като Facebook, Twitter, Myspace, LinkedIn и YouTube.

Ако трябва да обобщим, основните предимства на маркетинга на социалните медии са: увеличаване на разпознаваемостта на марката, легитимиране на марката, увеличаване на продажбите, подобряване на обслужването на клиентите и разпределение на съдържане.