



Международно Висше Бизнес Училище
International Business School

КУРСОВА РАБОТА

НА ТЕМА:

**ПРОУЧВАНЕ НА МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯ В СОЦИАЛНИТЕ
МЕДИИ НА МАЛЪК БИЗНЕС**

Изготвил:

Проверил:

Ботевград, 2017

ВЪВЕДЕНИЕ

Социалните медии играят жизненоважна роля в маркетинга и създаването на връзки с клиентите. С ограничените бариери за навлизане, малките предприятия започват да използват социалните медии като средство за маркетинг. За съжаление, много малки фирми се борят да използват социалните медии и нямат никаква стратегия. Като резултат, без основно разбиране за предимствата на социалните медии и как да се използват за ангажиране на клиенти, безброй възможности се пропускат. Целите на изследването е да се получи първоначално разбиране за това как малкия бизнес чрез използване на социалните медии може да развие своя бизнеса.

1. Значение на проучването

Целта на това изследване е да се идентифицират стратегиите, които подпомагат малкия бизнес в използването на социални медии за ангажиране на потребителите. Малките фирмите са изключително важни за българската икономика, представлявайки 99,7% от всички работодатели. Тъй като МСП сектора е важен в повечето икономики, важно е да се разбере как малките предприятия могат да се възползват от добрите практики на маркетинговите техники и социалните медии за подпомагане на популяризирането на бизнеса.

Много малки фирми обаче неуспешно използват социалните медии. Според едно проучване 49% от собствениците на малък бизнес твърдят, че ефективното достигане до клиентите с ограничени ресурси е най-голямото предизвикателство. Социална медия дава възможност на МСП за разнообразни маркетингови възможности с малки или никакви разходи. МСП трябва да приемат такива възможности, тъй като те често са изправени пред ресурсни ограничения по отношение на време и пари. Социалните медии предоставят на бизнеса възможност да се ангажира и да взаимодейства с потребителите за създаване на трайни взаимоотношения.

Резултатите, получени от това проучване, дават първоначално разбиране за това как малкия бизнес може да използва социалните медии, за да ангажира клиентите и да изгради дългосрочни взаимоотношения, което помага на бизнеса да расте.

2. Цел

Основната цел на това проучване проект е да се идентифицират стратегиите, които подпомагат използването от МСП на социални медии за взаимодействие с потребителите. Проектът се занимава с две конкретни теми, които рядко се разглеждат заедно: маркетингова стратегия на МСП и социални медии. По-голямата част от