

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА
ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра медіапродюсування та видавничої справи

Створення та просування профорієнтаційної сторінки для молоді

Кваліфікаційна робота

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

ДОПУСКАЄТЬСЯ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри медіапродюсування
та видавничої справи

_____ Фіголь Н. М.

(підпис)

«_____» _____ 20__ р.

Оцінка з урахуванням усного захисту

Члени комісії:

«_____» _____ 20__ р.

Студентки групи ВСРб-2-21-4.0д

денної форми навчання

спеціальність: 061 «Журналістика»

освітня програма: 061.00.03

«Видавнича справа та

редагування»

Шликової Діани Андріївни

Науковий керівник:

викладач кафедри

медіапродюсування та видавничої

справи

Харина Ольга-Люба Деонізіївна

КИЇВ — 2025

ЗМІСТ

Частина I. РЕЗЮМЕ ПРОЄКТУ	3
Резюме проєкту	4
Частина II. ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ	6
ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ	8
1.1. Дослідження ринку та особливості аудиторії проєкту	8
1.2. Аналіз конкурентного середовища	12
РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ	13
2.1. Загальні характеристики	13
2.2. Редакційно-видавничий комплекс підготовки проєкту	14
2.3 Соціальна вагомість інформаційного каналу	16
РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО КАНАЛУ НА РИНКУ	17
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	20
ДОДАТКИ	22

Частина І.
РЕЗЮМЕ ПРОЄКТУ

Профорієнтаційний канал «PROSTART»

URL: https://www.instagram.com/pro_start?igsh=dDlveG4wZW1mcDBp

Проект «PROSTART» реалізований у форматі сторінки в соціальній мережі Instagram. Його структура та зміст сформовані відповідно до медіа споживчих запитів і поведінкових особливостей цільової аудиторії, характерних для цього типу платформи.

Цільове призначення проекту «PROSTART» полягає в створенні ефективного інформаційного ресурсу для популяризації профорієнтаційних матеріалів спрямованих на молоде покоління віком 13-24 років. Згідно з проведенням аналізом та статистикою соціальної мережі Instagram, основна аудиторія медіа сконцентрована в Києві, Хмельницьку та Одесі.

Головною метою було створення простої та естетичної сторінки, яка надає можливість швидко та зручно знаходити матеріали, інтерв'ю та можливі анонси подій.

Під час розробки сторінки були розроблені основні особливості продукту для відповідності вимогам сучасних читачів. Було ретельно розроблено брендингові елементи, спрямовані на виділення цього блогу серед конкурентів. Дизайн сторінки відзначається простотою та естетикою, що сприяє зручному користуванню та позитивному досвіду читачів.

Соціально-економічні показники ефективності проекту «PRO_START» включають збільшення рівня обізнаності молодого покоління щодо актуальних подій в Україні, що сприятиме їх соціальному та політичному активізму. Якісний контент та сучасний дизайн сприятимуть залученню молоді до обговорення важливих соціальних питань.

Сторінка в соціальній мережі Instagram може стати платформою для розміщення реклами, що дозволить отримувати додатковий дохід та забезпечує фінансову стійкість проєкту.

Проєкт відповідає сучасним стандартам медіа, відзначається високим рівнем естетики та забезпечує зручний і швидкий доступ до цінної та об'єктивної інформації, яка сприятиме розширенню світогляду та підвищенню інформованості молодого покоління.

Частина II.

ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

ВСТУП

У сучасному світі, який постійно змінюється та розвивається,

інформаційні технології стали ключовим інструментом комунікації, самореалізації та пошуку нових можливостей. Саме тому з'явився «PROSTART» — онлайн-платформа, що об'єднує якісний контент, професійні орієнтири та корисні ресурси для молоді, студентів і початківців у своїй справі.

За результатами опитування, проведеного у березні 2025 року «U-Report» спільно з ГО «UMIND», 74% підлітків віком від 13 до 24 років зазначили, що потребують додаткової підтримки у виборі професії. При цьому більшість (78%) шукають інформацію про кар'єрні можливості в інтернеті, тоді як лише 7% звертаються до профорієнтологів або психологів. На мою думку, ці цифри свідчать про гостру потребу в якісних і доступних онлайн-ресурсах з профорієнтації для молоді. [1]

Актуальність каналу. «PROSTART» з'явився як відповідь на запит молоді на зрозумілий, стильний та корисний контент про вибір майбутньої професії. Сторінка створена з урахуванням звичних для аудиторії форматів і зручного подання контенту.

Мета даної інформаційної сторінки полягає у доступі до зрозумілої та структурованої інформації з профорієнтації через зручний формат у соціальній мережі. Проект покликаний допомогти користувачам зробити обґрунтований вибір професійного шляху, орієнтуючись на власні інтереси та актуальні можливості.

Для досягнення мети проекту необхідно було реалізувати низку ключових завдань. Насамперед — проаналізувати український ринок профорієнтаційних блогів та виявити актуальні тенденції їхнього розвитку. Далі - окреслити цільову аудиторію й адаптувати концепцію проекту відповідно до її запитів і вподобань.

Наступним етапом стало створення візуального макету та оформлення сторінки згідно з актуальними принципами сучасного дизайну. Також було підготовлено та опубліковано контент, який відповідає потребам цільової аудиторії та стандартам якості.

Фінальним кроком стало розроблення стратегії просування інформаційної платформи в цифровому середовищі.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ

1.1. Дослідження ринку та особливості аудиторії проєкту

З метою глибокого вивчення ринку та виявлення характерних рис цільової аудиторії проєкту «PROSTART» було застосовано низку дослідницьких методів. Це дозволило отримати всебічне уявлення про запити, інтереси та очікування потенційних користувачів.

У процесі дослідження було здійснено неформалізоване опитування представників цільової аудиторії, зокрема підлітків, студентів початкових курсів закладів вищої освіти та молодих фахівців. Аналіз зібраних даних засвідчив недостатній рівень доступу респондентів до структурованої, лаконічної та верифікованої інформації щодо особливостей сучасного ринку праці та можливих професійних траєкторій. Отримані результати дали змогу окреслити узагальнений соціально-психологічний портрет аудиторії, а також виокремити її пріоритетні інформаційно-комунікативні потреби у сфері професійного самовизначення.

Наукове обґрунтування обраного підходу підтверджується позицією Ф. Котлера, який наголошує, що сегментування ринку дає змогу точніше визначити цільову аудиторію та ефективніше відповідати на її індивідуальні запити. При аналізі молодіжної аудиторії важливо звертати

увагу не лише на традиційні вікові чи демографічні характеристики, а й на цифрову поведінку, особливості споживання інформації та патерни поведінки.[13]

Аналогічну точку зору висловлює і М. Соломон, зазначаючи, що поведінкові особливості споживачів часто мають вищу аналітичну цінність, ніж суто демографічні показники. [14]

У своїй роботі я також спиралася на доробок українських дослідників. Зокрема, Л. В. Балабанова у праці «Маркетингова діяльність підприємства» підкреслює, що ефективна ідентифікація цільового ринку неможлива без аналізу його внутрішньої структури, мотивацій споживачів і соціальних особливостей аудиторії. Саме тому я враховувала й ширший соціальний контекст - війну, економічну нестабільність, процеси цифровізації в освіті - як важливі чинники, що формують вибір і поведінку молоді.[15]

Проведене дослідження стало не лише теоретичним фундаментом для створення контенту платформи, але й підтвердило моє переконання: сучасній молоді потрібен гнучкий, актуальний інструмент самопізнання та професійної орієнтації. Саме так виникла ідея створення проєкту «PROSTART».

1.2. Аналіз конкурентного середовища

Аналіз конкурентів

У межах дослідження було здійснено глибокий аналіз провідних платформ, присвячених профорієнтаційним блогам. Особлива увага приділялася їхній структурі, функціоналу та характеру поданого контенту.

До переліку досліджуваних ресурсів увійшли такі приклади, як «Культурна спільнота», «Асоціація молодіжних центрів», «Твій космос можливостей» та «Простір молоді». Проведене вивчення засвідчило, що більшість із цих платформ побудовані за схожими принципами, мають типовий набір інструментів і дизайнів. Водночас були виявлені напрями, у яких можна покращити користувацький досвід, зокрема за рахунок більш інтуїтивного інтерфейсу та інтерактивних елементів.

Сторінка «Культурна спільнота» пропонує професійний підхід до висвітлення можливостей у сфері неформальної освіти, подій для молоді та ініціатив із розвитку громад. Тематичне розмаїття контенту — від освітніх заходів до програм підтримки — дозволяє охопити інтереси активної та свідомої молоді. «Культурна спільнота» користується довірою аудиторії завдяки відкритості, актуальності та корисності поданої інформації. Зручний візуальний стиль і логічна структура сторінки сприяють легкій навігації та комфортному користувацькому досвіду. Водночас орієнтація на залучену, освічену молодь може обмежувати охоплення менш активної аудиторії. Крім того, брак інтерактивних інструментів - таких як опитування чи функція коментування - зменшує рівень залучення до обговорень.

«Асоціація молодіжних центрів» зосереджується на міському житті, неформальній освіті, культурних подіях та соціальній активності молоді, що робить її привабливою для свідомої та залученої молодіжної аудиторії. Яскравий та сучасний дизайн сторінки привертає увагу завдяки візуальній динаміці, а велика кількість фото, відео й інфографіки підвищує залучення читачів. Фокус на теми розвитку молодіжних центрів, екологічних ініціатив, міського простору та суспільних проблем додає контенту вагомості соціальної цінності. Крім того, регулярні тренінги, круглі столи й

освітні події створюють середовище для активного залучення молоді до суспільних змін та прийняття рішень на локальному рівні.

«Твій космос можливостей» орієнтується на суспільно важливі теми, такі як молодіжні обміни, волонтерство, навчання в Україні та за кордоном. Вони пропонують якісний контент, що включає інформацію про освітні програми, гранти, стажування й можливості розвитку. Часто співпрацюють з експертами та організаціями, що підвищує довіру до сторінки. Активна громадянська позиція спрямована на підтримку молоді в самореалізації та досягненні цілей. Однак, вузька тематика й фокус на освітньо-волонтерському напрямі можуть не охопити аудиторію, яка не шукає подібні можливості.

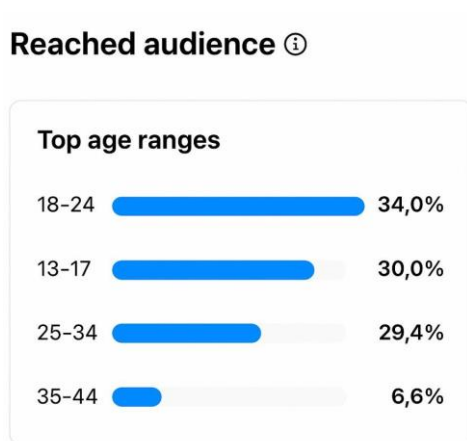
«Простір молоді» фокусується на розвитку потенціалу молоді через неформальну освіту, обміни та участь у спільних проєктах, таким чином він виділяється поміж інших організацій. Висока практична цінність ініціатив сприяє особистісному та професійному зростанню учасників. Креативний підхід, проведення воркшопів, програм лідерства та локальних ініціатив робить діяльність організації доступною та мотивуючою. Співпраця з міжнародними партнерами підвищує довіру до проєктів і забезпечує їхню актуальність у глобальному контексті.

Особливості цільової аудиторії проєкту

Проєкт «PROSTART» орієнтований на молодих людей віком від 13 до 24 років, які активно цікавляться навчальними можливостями, побудовою кар'єри та професійним самовизначенням. Для створення детального портрета аудиторії було використано комплекс різноманітних джерел даних.

Віковий зріз

Основна частина аудиторії - молодь віком 13–24 роки. Цей факт було підтверджено аналітичними даними «Instagram», що демонструють активність саме цієї вікової категорії у межах сторінки проєкту. (рис. 1.1)



(рис.1.1)

Соціальний портрет

Підписники «PROSTART» - це переважно активні користувачі соціальних платформ, студенти та молоді фахівці, які шукають професійні орієнтири та бажають розвиватися. Вони прагнуть бути в курсі сучасних тенденцій і не уникають саморозвитку.

Рівень цифрової обізнаності

Аудиторія проєкту демонструє високий рівень володіння цифровими інструментами. Це проявляється в активному користуванні онлайн-сервісами, мобільними застосунками та соцмережами як джерелом знань і натхнення.

Сфери зацікавлень

Серед основних інтересів підписників — волонтерська діяльність, освітні ініціативи, культурні події, соціальні теми та новітні технології. Активність підписників на інших профорієнтаційних платформах також свідчить про значну зацікавленість у змістовному контенті, що сприяє особистісному зростанню.

Дослідження поведінки молодіжної аудиторії, зокрема вікової групи 18–24 роки, показало, що вона надає перевагу стислому, змістовному та інтерактивному контенту. Соціальні мережі для цієї категорії - ключовий інструмент отримання інформації. Ці висновки були враховані під час розробки структури та стилю сторінки «PROSTART», аби максимально відповідати очікуванням аудиторії.

Позиціонування на інформаційному ринку

«PROSTART» функціонує у форматі сторінки в «Instagram» і сконцентрований на потребах молоді віком 16–24 років. Контент створюється з урахуванням їхніх уподобань щодо подачі інформації - сучасний візуальний стиль, зручний інтерфейс та інформативні публікації. Саме це забезпечує проєкту конкурентоспроможність серед інших профорієнтаційних платформ.

Огляд конкурентного середовища

Проведений аналіз аналогічних молодіжних профорієнтаційних ресурсів показав, що більшість із них орієнтується переважно на швидке оновлення контенту, нехтуючи глибиною змісту та якісною взаємодією з аудиторією. Такий підхід залишає без належної уваги потребу молодих людей в добре структурованій, змістовній інформації, адаптованій під швидкий темп життя.

SWOT-аналіз

Сильні сторони (Strengths):

Проект вирізняється оригінальністю та фокусом на молоду цільову аудиторію, яка шукає якісний, змістовний і сучасно поданий контент. Значною перевагою є естетично оформлений дизайн та зручна навігація, що сприяє комфортному користувацькому досвіду. Крім того, серед матеріалів - глибокі інтерв'ю, експертні думки й аналітичні огляди, що додає цінності ресурсу.

Слабкі сторони (Weaknesses):

На етапі запуску «PROSTART» може бути маловідомим серед цільової аудиторії. Для утримання уваги потрібне постійне оновлення матеріалів, що вимагає часу, зусиль і чітко організованої редакційної стратегії. Також викликом може стати обмежений ресурс команди, особливо якщо вона працює на волонтерських засадах.

Можливості (Opportunities):

Є значний потенціал для масштабування проєкту через впровадження продуманої маркетингової стратегії та активну присутність у соцмережах. Співпраця з популярними медійними особами, освітніми платформами або брендами може стати ефективним інструментом для розширення впізнаваності й довіри до каналу.

Загрози (Threats):

Основними ризиками є посилення конкуренції з боку інших інформаційних ресурсів, орієнтованих на молодь. Нерегулярність оновлення або втрата мотивації команди може призвести до зменшення кількості підписників та охоплення.

Конкурентна перевага:

«PROSTART» вигідно вирізняється серед подібних ініціатив завдяки поєднанню якісного змісту, стильного оформлення та зрозумілого інтерфейсу. Цей мікс створює позитивне перше враження та утримує аудиторію, яка цінує увагу до деталей, щирість та професіоналізм.

Авторське право:

Усі тексти, візуальні елементи та інші матеріали на платформі є інтелектуальною власністю авторів. Їх використання або відтворення без попередньої письмової згоди заборонене та вважається порушенням авторського права згідно з чинним законодавством.

РОЗДІЛ 2. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СТОРІНКИ

2.1. Загальні характеристики каналу

Назва продукту: «PROSTART»

Етап розвитку проєкту: Готова профорієнтаційна сторінка

«PROSTART» є інноваційним онлайн-проєктом, орієнтованим на українську молодь. Його місія - підвищити рівень освіченості, обізнаності та свідомості молодого покоління, надаючи якісний і актуальний контент про найважливіші освітні, культурні, волонтерські теми на теренах України та загалом по всьому світу.

Під час створення профорієнтаційного акаунту в «Instagram» я керувалась принципами закону Якоба. Його основна ідея полягає в тому, що більшість користувачів проводить значну частину часу в уже знайомих

додатках. Відповідно, вони очікують, що інтерфейс нового ресурсу працюватиме за схожими принципами. Саме тому було обрано лаконічну структуру з мінімалістичним функціоналом, який забезпечує інтуїтивний пошук та швидке орієнтування в контенті. Головна мета - провести користувача через ключові елементи сторінки, аби він чітко зрозумів, які можливості пропонуються, як ними скористатися та чим корисною може бути ця сторінка для нього. [16]

Технічні особливості платформи були сформовані з урахуванням сучасних вимог до цифрових продуктів. Передусім, це - висока швидкість завантаження сторінки, стабільна робота на всіх видах пристроїв, включно зі смартфонами, планшетами та ПК. Важливим аспектом стало створення зрозумілого, простого інтерфейсу, який був би зручним для людей різного віку й цифрової компетенції.

Серед основних характеристик профорієнтаційного акаунту варто виокремити такі:

- ❖ Доступність. Сторінка однаково коректно відображається на всіх популярних браузерях та операційних системах.
- ❖ Адаптивність. Контент автоматично підлаштовується під розмір екрана, забезпечуючи комфортний перегляд з будь-якого пристрою.
- ❖ Оптимізована продуктивність. Завдяки вдосконаленій структурі сторінки контент завантажується швидко, що скорочує час очікування для користувача.
- ❖ Регулярне оновлення. Усі матеріали систематично доповнюються, що створює враження живого та актуального ресурсу.
- ❖ Безпека. Дотримано всіх актуальних вимог щодо захисту персональних даних і стійкості до можливих кіберзагроз.

2.2. Редакційно-видавничий комплекс підготовки проєкту

У візуальному оформленні сторінки був застосований фірмовий стиль із використанням мінімалістичного підходу. Дизайн базується на трьох основних кольорах - жовтому, синьому та білому. Ці кольори не випадкові: жовтий асоціюється з енергією, динамікою та позитивом; синій викликає відчуття стабільності, надійності та спокою; білий - це символ чистоти, простоти та відкритості. Вони гармонійно поєднуються, не перевантажуючи візуальне поле, а навпаки - допомагають зосередити увагу на головному.

Я врахувала всі ці деталі в створенні макету сторінки

Дизайн сторінки враховує принципи візуальної ієрархії. Всі елементи розташовані логічно, що спрощує навігацію. Завдяки чіткій структурі користувач легко орієнтується та швидко знаходить потрібну інформацію.

Візуальний контент - важлива складова. Для оформлення використовувалися якісні зображення та ілюстрації. Частина візуалів була згенерована за допомогою штучного інтелекту, інші - підібрані з відкритих джерел із дотриманням авторських прав. Усі графічні елементи об'єднані єдиною стилістикою, що сприяє формуванню впізнаваного образу сторінки.

Згідно з дослідженнями, близько 94% користувачів формують перше враження про сторінку саме за її дизайном - і це відбувається протягом перших двох секунд після відкриття профілю. Саме тому візуальне оформлення має ключове значення: воно формує довіру, викликає емоції та може стати вирішальним фактором, що спонукає користувача залишитися на сторінці. [4]

Технічні особливості:

- Розробка сторінки проєкту «PROSTART» відбувалася з урахуванням особливостей соціальної мережі Instagram, яка сьогодні є однією з найпопулярніших платформ серед молодіжної аудиторії. Згідно з даними дослідження Piper Sandler, станом на осінь 2024 року 87% підлітків у США використовують Instagram щонайменше раз на місяць, що робить його найпопулярнішою соціальною мережею серед цієї вікової групи .[7]
- В Україні, за даними Statista, станом на жовтень 2024 року найбільша частка користувачів Instagram припадає на вікову групу 18–24 роки, що відповідає цільовій аудиторії проєкту «PROSTART».[6]
- Водночас Instagram пропонує широкий вибір форматів — пости, сторіс, рілси, закріплені сторінки — що дозволяє ефективно структурувати подачу матеріалів, інтерв'ю, анонсів та корисної інформації. Така гнучкість у форматах та візуальному оформленні дає змогу створити сучасний, естетично привабливий інформаційний ресурс, який буде не лише функціональним, а й конкурентоспроможним у сфері медіа, орієнтованих на молодіжну аудиторію.

Послідовність створення видавничого продукту включає:

- Формування основної ідеї та концепції каналу.
- Розробку унікального та лаконічного фірмового стилю, створення графічних елементів та візуальної ідентичності, що відображають цінності проєкту та привертають увагу.
- Підготовка та публікація контенту у різних форматах (пости, сторіс, рілси) з урахуванням естетики та сучасних трендів.

- Тестування сторінки, перевірка роботи контенту на різних пристроях та оцінка взаємодії з підписниками.
- Запуск сторінки в експлуатацію, активне залучення аудиторії та регулярне оновлення контенту для підтримки інтересу.

2.3. Соціальна вагомість інформаційного каналу

Насамперед, сторінка проєкту «PROSTART» в «Instagram» слугує ключовим інформаційним ресурсом для молоді віком від 13 до 24 років, яке активно цікавиться питаннями освіти, волонтерства та розвитку. Проєкт забезпечує доступ до актуальних матеріалів про неформальну освіту, волонтерські ініціативи та тренінги, що допомагають молоді розвиватися та бути більш обізнаною в соціальних і політичних питаннях. Це сприяє формуванню свідомих громадян, готових до участі в активному відновленні країни.

Згідно з дослідженням «Неформальна освіта та володіння новими навичками», 93,9% респондентів висловили бажання проходити курси, семінари або тренінги для здобуття нових знань і навичок. Це свідчить про високий рівень зацікавленості громадян, зокрема молоді, у саморозвитку через неформальні освітні формати. [8] У цьому контексті проєкт «PROSTART» виступає важливою ініціативою, яка відповідає актуальним потребам юного покоління. Через освітній контент, залучення до волонтерських практик і формування активної громадянської позиції, платформа стимулює молодь віком 13–24 років до навчання, критичного мислення та участі в соціальних трансформаціях, зокрема в умовах післявоєнного відновлення країни.

По-друге, сторінка сприяє розвитку доступу до інформації про волонтерські проєкти, тренінги та програми, що підтримують розвиток

особистості та кар'єрного росту. Вона стає майданчиком для обміну досвідом, знаннями та ресурсами серед молоді, яка прагне долучитися до волонтерських ініціатив і здобути практичні навички.

По-третє, «PROSTART» служить платформою для популяризації неформальної освіти, а також тренінгів та інших форм навчання, які сприяють розвитку критичного мислення, соціальної відповідальності та лідерських якостей. Це дає можливість молоді не лише отримати нові знання, а й активно застосовувати їх у практичних волонтерських та соціальних проєктах.

РОЗДІЛ 3. ПРОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО КАНАЛУ НА РИНКУ

3.1. Шляхи розповсюдження сторінки

Для ефективного розвитку профорієнтаційної сторінки «PROSTART» було застосовано низку комплексних стратегій та маркетингових інструментів. Вони дозволили залучити нову аудиторію, збільшити трафік та підвищити впізнаваність бренду серед молоді. Нижче наведено детальний опис основних методів і підходів, які використовувалися для просування сторінки.

Пошукова оптимізація (SEO)

Одним із ключових напрямків просування стала пошукова оптимізація - процес, що полягає у налаштуванні публікацій та профілю в соціальних мережах для підвищення їх позицій у пошукових результатах як Instagram, так і традиційних пошукових систем. SEO сприяє збільшенню органічного охоплення аудиторії, що дозволяє привертати нових підписників без додаткових витрат на рекламу. Особливо важливо це було

для проєкту «PROSTART», орієнтованого на молодь віком 13–24 років, яка зацікавлена в неформальній освіті, волонтерстві та особистісному розвитку.

Оптимізація сторінки проводилася з увагою до найдрібніших деталей. В описі профілю було використано ключові слова, що максимально відповідають інтересам цільової аудиторії. По-друге, кожна публікація супроводжувалася ретельно підібраними хештегами, що забезпечували високу релевантність у тематичних пошукових запитах. По-третє, структура контенту була адаптована так, щоб максимально відповідати освітнім запитам молоді, підтримуючи постійну актуальність тем і тенденцій. [9]

Контент регулярно оновлювався, враховуючи найновіші тренди у сфері освіти та розвитку, що допомагає підтримувати високий рівень взаємодії з аудиторією і позитивно вплинуло на алгоритми Instagram, збільшуючи охоплення та залучення користувачів. Це забезпечило стабільне зростання органічного трафіку, що є найціннішим показником для будь-якої сторінки в соцмережах.

Google Ads

Другим важливим інструментом просування став запуск рекламних кампаній у «Google Ads». Ця платформа є однією з найпотужніших у світі для маркетингу, що дозволяє охопити величезну кількість користувачів. Кожного місяця мільярди людей бачать оголошення, розміщені на «Google», а кількість бізнесів, що використовують цю платформу,

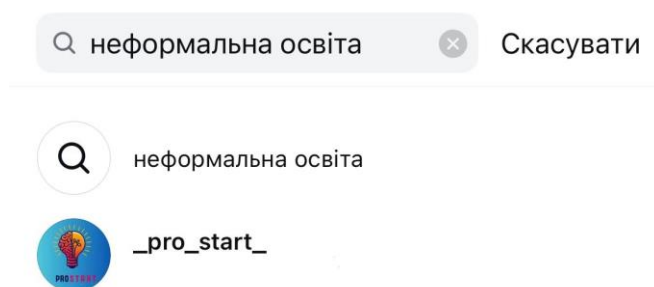
перевищує 246 мільйонів. Тому вибір «Google Ads» для підтримки медіапроєкту «PROSTART» був цілком обґрунтованим. [10]

Переваги використання «Google Ads» полягають у можливості значного підвищення видимості сторінки через розміщення рекламних оголошень на найвищих позиціях у пошукових результатах «Google». Це дозволяє залучити цільову аудиторію, яка активно шукає інформацію з неформальної освіти, саморозвитку чи волонтерських можливостей. Крім того, інструменти таргетингу в «Google Ads» дають змогу налаштовувати кампанії з урахуванням інтересів, демографічних характеристик і поведінки користувачів, що значно підвищує ефективність витрат на рекламу.[11]

Завдяки розширеній аналітиці платформи було можливо постійно відслідковувати ефективність рекламних кампаній і оперативно коригувати їх, щоб максимально збільшити конверсію та залучення нових підписників на сторінку «PROSTART».[12]

Результати просування каналу

Після впровадження комплексної SEO-оптимізації та запуску рекламних кампаній в «Google Ads», сторінка «PROSTART» почала демонструвати значне зростання. Вона увійшла до топу пошукових результатів Instagram за ключовим запитом «неформальна освіта», що є важливою віхою для будь-якого освітнього медіа. Завдяки цьому до сторінки прийшло більше органічного трафіку, а аудиторія активно взаємодіяла з контентом.



(рис. 2.1)

Для ефективного просування профрієнтаційної сторінки «PROSTART» використовувалися різноманітні стратегії та інструменти, які дозволили досягти успіху в залученні нової аудиторії, збільшенні трафіку та підвищенні впізнаваності бренду.

Загалом, поєднання SEO та «Google Ads», разом із постійним оновленням якісного контенту, стало ефективним інструментом для розвитку сторінки «PROSTART», що дозволило сформувати активну спільноту зацікавлених у профорієнтації та неформальній освіті.

Щодня близько дванадцяти користувачів переходять за посиланням у профілі, що свідчить про стабільне залучення та зацікавленість у ресурсі. Залученість аудиторії поступово зростає, і це підтверджує правильність обраних стратегій просування. Важливо, що така аудиторія є не просто числом - це амбітні люди, які шукають можливості для розвитку, навчання і самореалізації.

External link taps 12
+183%

(рис. 2.1)

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 74% української молоді потребують допомоги з вибором професії:опитування від U-Report і UMIND.

URL:https://rada.info/upload/users_files/26023286/9b2efd702bd16a751720c2b198a0881c.pdf

2. Психологія дизайну: як розташування та зовнішній вигляд елементів можуть впливати на користувача.

URL:<https://genius.space/lab/psihologiya-dizajnu-yak-roztashuvannya-ta-zovnishnij-viglyad-elementiv-mozhut-vplivati-na-koristuvacha/>

3. Психологія кольору у веб-дизайні: Створення дивовижного досвіду користувача через колірні схеми

URL:https://ux.pub/designer_kaliaieva/psikhologhiia-koloru-u-vieb-dizaini-stvoriennia-divovizhnogho-dosvidu-koristuvacha-chieriez-kolirni-skhiemi-7e4

4. Кольори для дизайну сторінки та їх вплив на користувачів.

URL:https://digitalintheround.com/web-design-statistics/?utm_source=chatgpt.com

5. Adobe. Посібник щодо значення кольорів.

URL:<https://www.adobe.com/ua/creativecloud/design/discover/color-meaning.html>

6. Розподіл користувачів Instagram в Україні станом на жовтень 2024 року за віковими групами

URL:https://www.statista.com/statistics/1024748/instagram-users-ukraine/?utm_source=chatgpt.com

7. Instagram знову набуває популярності серед підліткової аудиторії

URL:https://www.businessinsider.com/instagram-leads-most-used-app-among-us-teens-survey-2024-10?utm_source=chatgpt.com

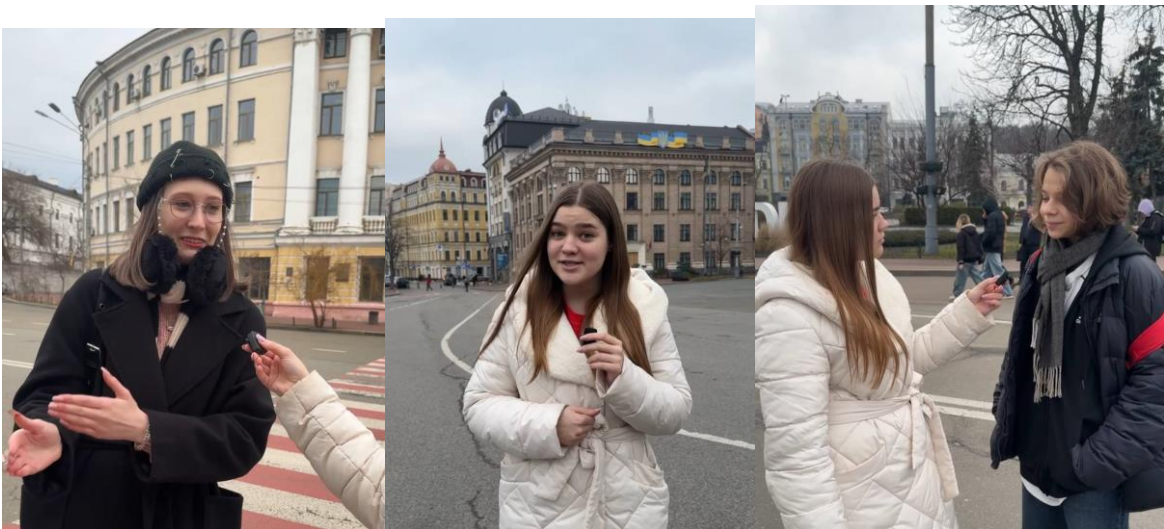
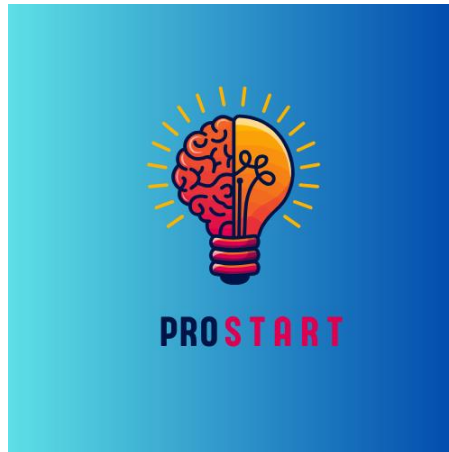
8. Неформальна освіта та володіння новими навичками

- URL: <https://inmol.org/neformalna-osvita-ta-volodinnia-novymy-navychkamy/>
9. Пошукова оптимізація (SEO).
URL: <https://sendpulse.ua/support/glossary/seo-optimization>
10. Як працює Google Ads? Посібник для новачків у онлайн-рекламі.
URL: <https://netpeak.net/uk/blog/yak-pratsyue-google-ads-posibnik-dlya-novachkiv-u-onlayn-reklami/>
11. Навчальний посібник для підготовки до іспитів Google AdWords «Основи».
URL: https://blorax.com/b/wp-content/uploads/posibnyk_adwords_osnovy.pdf
12. Докладне керівництво по налаштуванню Google Ads.
URL: <https://adwservice.com.ua/uk/dokladne-kerivnyctvo-po-nalashtuvannyu-google-ads>
13. Маркетинг менеджмент (15-те вид.). Pearson Education. Котлер, Ф., Келлер, К. Л. (2016). – С. 213.
14. Поведінка споживачів: Купівля, наявність і буття (12-те вид.). Pearson Education. Соломон, М. Р. (2016). – С. 145.
15. Маркетинг підприємства. Київ: Центр учбової літератури. Балабанова, Л. В., Холод, В. В., Балабанова, І. В. (2012). – С. 68.
16. Закон Якоба
URL: <https://www.oreilly.com/library/view/laws-of-ux/9781492055303/ch01.html>

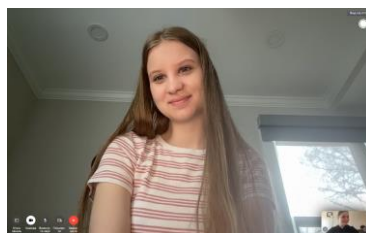
ДОДАТКИ

Додаток А.

Логотип проекту



Скриншоти з опитувань



Інтерв'ю зі студенткою міжнародного вузу

Додаток Б.

Скриншот сторінки (комп'ютерна версія)

Instagram

- Головна
- Пошук
- Цікаве
- Reels
- Повідомлення
- Сповідання
- Створити
- Інформаційна пан...
- Профіль
- Threads
- Більше



_pro_start_

Редагувати профіль

Переглянути архів



28 дописів

Читачі: 93

Стежити: 18

@_pro_start_

Редактор

Твій простір для великих можливостей
неформальна освіта
стажування
волонтерство

ДОПИСИ

ЗБЕРЕЖЕНО

ПОЗНАЧЕНО

