

СТОРИТЕЛІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ

Коваленко Марія Олександрівна,

здобувач вищої освіти

навчально-наукового інституту менеджменту і маркетингу

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

Науковий керівник: Афанасьєва Олена Миколаївна,

старший викладач кафедри

«Бізнес-журналістики і цифрових медіа»

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

Сторітелінг виступає потужним інструментом у сфері реклами, адже він дозволяє брендам налагоджувати емоційний зв'язок з аудиторією. Це не просто передача інформації, а створення захоплюючих історій, які впливають на рішення споживачів. Використання журналістських технік робить ці історії ще більш глибокими та переконливими, підвищуючи їхню ефективність.

Згідно з дослідженням компанії Nielsen, 82% споживачів надають перевагу рекламі, що включає елементи сторітелінгу, у порівнянні з традиційними рекламними оголошеннями [5]. Це можна пояснити тим, що люди легше сприймають інформацію у вигляді історій, які викликають емоції та асоціації. Використання журналістських прийомів, таких як глибоке занурення в контекст, живі деталі та цитати, а також структурована подача матеріалу, посилює цей ефект.

Є багато чудових прикладів сторітелінгу в різних сферах життя, таких як маркетинг, освіта, культура та бізнес. Наприклад, компанія Airbnb активно впроваджує сторітелінг у своїй маркетинговій стратегії, ділячись історіями своїх господарів і мандрівників. Це допомагає їм встановлювати емоційний зв'язок з користувачами та підвищувати їхню лояльність [2].

Один із найважливіших елементів ефективного сторітелінгу – це персоналізація [1]. Аудиторія краще сприймає контент, коли він відображає її власні переживання, проблеми або прагнення. Саме тому бренди часто обирають

персонажів, які схожі на їхніх клієнтів, що допомагає створити емоційний зв'язок.

Структура історії також відіграє важливу роль. Найбільш дієвим є класичний сюжетний формат, що включає початок, конфлікт і розв'язку. Це допомагає утримувати увагу та надає контенту динамічність. Наприклад, у рекламних кампаніях Nike часто демонструється шлях спортсменів: від перших невдач до значних перемог. Такий підхід не лише надихає, а й асоціює бренд із силою волі та досягненнями [4].

Емоції мають вирішальне значення в процесі прийняття рішень. Дослідження показують, що люди зазвичай орієнтуються на емоційні відчуття, а не на логічні аргументи. Тому бренди застосовують зворушливі, надихаючі або навіть провокаційні історії для сторітелінгу, щоб викликати потрібну реакцію у споживачів [3].

Окрім того, зростання соціальних мереж сприяє поширенню сторітелінгу. Платформи, такі як Instagram і TikTok, дозволяють брендам створювати короткі відеоісторії та серії постів, які швидко набирають популярність [6]. Це робить рекламу менш нав'язливою, але водночас ефективною та цікавою.

Отже сторітелінг виступає не лише як рекламний інструмент, а й як важливий компонент сучасних маркетингових стратегій, що допомагає брендам налагоджувати довірливі стосунки з аудиторією. Завдяки поєднанню емоційного впливу та якісного контенту, історії стають більш переконливими та ефективними.

Дослідження свідчать про ефективність цього підходу: більшість споживачів віддають перевагу рекламі, яка містить історії, а не лише факти чи аргументи. Це можна пояснити тим, що люди зазвичай приймають рішення, керуючись емоціями, а не тільки раціональними доводами. Тому бренди активно застосовують персоналізацію та класичну сюжетну структуру, щоб привернути увагу споживачів.

Також треба зазначити, що з розвитком цифрових платформ сторітелінг стає ще більш доступним і гнучким інструментом комунікації.

Підсумовуючи, сторітелінг у рекламі є не лише методом передачі інформації, а й дуже потужним інструментом для формування емоційного зв'язку між брендом і споживачем. Його застосування допомагає збільшити довіру, впізнаваність та лояльність, що робить цей підхід незамінним у сучасному маркетингу.

Список використаних джерел:

1. Важливість сторітелінгу в рекламі: Як розповідати історії, що продають?. URL: https://cases.media/en/article/vazhlivist-storiteling-v-reklami-yak-rozpovidati-istoriyi-sho-prodayut?srsltid=AfmBOorfkN7xyf9TdiR_SvULQX-Ajygd6xYBSwTOzeVWZIkYXa8RY_ws.
2. Сторітелінг для бізнесу: Як використовувати цей потужний інструмент для просування. URL: <https://business-broker.com.ua/blog/storitelinh-dlia-biznesu-iak-vykorystovuvaty-tsej-potuzhnyj-instrument-dlia-prosuvannia/>.
3. Сторітелінг: правила, техніки, корисні матеріали та поради. URL: <https://eduhub.in.ua/news/storiteling-pravila-tehniki-korisni-materiali-ta-poradi>.
4. Сторітелінг: приклади, поради та ідеї для різних ніш. URL: <https://sendpulse.ua/blog/business-storytelling>.
5. Сторітелінг як головний тренд 2021 року в ООН-рекламі. URL: <https://out-of-home.ua/ua-storytelling-top-trend-2021/>.
6. Сторітелінг. URL: <https://ukrainiandigital.com/storitelinh/>.