

2. Макаревська В. Формування стратегії діджитал-маркетингу: етапи та інструменти. *Молодий вчений*. 2025. № 2 (133). С. 214–219. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2025-2-133-18>

3. Панчук А., Малькова К. Теоретичні основи формування цифрової стратегії підприємств. *Економіка та суспільство*. 2021. № 34. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-76>.

Лаврентьєва Є.Ю.,
здобувач вищої освіти,

Гриджук І.А.,
кандидат наук з державного управління, доцент,
доцент кафедри менеджменту, маркетингу та підприємництва,
Національний університет “Києво-Могилянська академія”

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ДИДЖИТАЛ-МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ МОБІЛЬНИХ ЗАСТОСУНКІВ

Нині успіх мобільного застосунку залежить не лише від його функціональності, а й від оптимальної стратегії його просування. Диджитал-маркетинг сьогодні має багато інструментів для просування застосунків і залучення користувачів. Відтак важливо дослідити найбільш ефективні інструменти просування, такі як пошукова оптимізація, маркетинг у соціальних мережах і електронною поштою, а також обґрунтувати необхідність їх використання для досягнення поставлених результатів.

Рисунок 1 демонструє порівняння ефективності різних інструментів диджитал-маркетингу. Він вказує на рівномірність у розподілі ефективності, що свідчить про необхідність комплексного підходу до маркетингової стратегії.

Відтак для успішного просування мобільного застосунку важливо не фокусуватись на одному інструменті, а використовувати омніканальний підхід, де кожен інструмент підсилює інший.

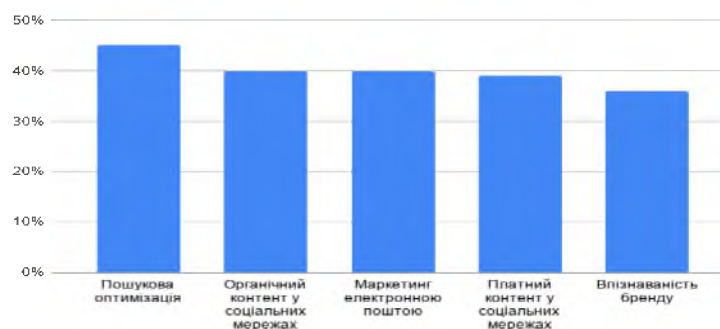


Рис 1. Найбільш ефективні інструменти диджитал-маркетингу.

Джерело: сформовано автором на підставі [2]

Пошукова оптимізація, SEO – це спосіб зробити так, щоб інформацію в інтернеті помітили серед мільйонів інших пропозицій. Коли в мережі занадто багато контенту, важливо налаштувати сторінку так, щоб вона з'являлася на перших позиціях у відповідь на запити користувачів. Відтак потрібно створювати тексти, які відповідають реальним потребам людей, що шукають певні товари чи послуги [3].

Пошукова оптимізація посідає перше місце серед інших інструментів диджитал-маркетингу. І 9 з 10 підприємств, використовують у своїй діяльності оптимізацію веб-сайтів. Такий підхід цілком виправданий, адже коли людині потрібно щось придбати або замовити послугу, вона у 70-90% випадків починає свій шлях із введення запиту в пошуковий рядок [1].

Для мобільних застосунків пошукова оптимізація - це спосіб залучити аудиторію через пошукові системи. Він базується на створенні такої веб сторінки, яка буде показувати цінність продукту та відповідатиме на конкретні запити користувачів у мережі. Така веб сторінка, займаючи перші позиції у видачі, перетворює пошуковий запит на стимулювання завантаження мобільного застосунку.

Маркетинг у соціальних мережах, SMM є ще одним інструментом диджитал-маркетингу, який використовує такі соціальні мережі як Instagram, YouTube, Facebook, TikTok тощо, для взаємодії з аудиторією. Цей інструмент дає можливість просувати рекламні повідомлення для охоплення цільових споживачів [3].

У рейтингу частоти використання диджитал-інструментів маркетинг у соціальних мережах маркетинг на другому місці. Його використовують 65% підприємств [1].

Він є способом знайти, залучити та побудувати спільноту, яка купуватиме продукти підприємства. Присутність у соціальних мережах може допомогти збільшити кількість підписників, співпрацювати з інфлюенсерами для більшого охоплення аудиторії [4].

Для просування мобільних застосунків соціальні мережі стають тим інструментом, де через відеоконтент можна продемонструвати досвід користування застосунком. Крім того, завдяки залученню лідерів думок, підприємства мають можливість стимулювати завантаження застосунку.

Маркетинг електронною поштою також є одним із інструментів цифрової маркетингової кампанії. Незважаючи на зростання впливу соціальних мереж, електронна пошта все ще залишається найефективнішим способом перетворення відвідувачів або читачів на клієнтів [5].

Маркетологи надсилають електронні листи великим групам людей, аби інформувати потенційних клієнтів про розпродажі, знижки та запуски продуктів.

Якщо стратегічно використовувати маркетинг електронною поштою він може мати середню рентабельність інвестицій у 4200 відсотків на кожен вкладений долар [3].

Використання електронної пошти для просування мобільних застосунків дозволяє налагодити зв'язок з аудиторією через персоналізовані пропозиції та покликання на завантаження застосунку. Крім того, регулярні розсилки електронних листів допомагають підтримувати активність наявної аудиторії, нагадуючи про корисні оновлення та мотивуючи до повторної взаємодії з продуктом.

Отже, для успішного просування мобільного застосунку в сучасних умовах необхідно використовувати комплексний підхід, поєднуючи SEO, маркетинг у соціальних мережах і електронною поштою. Пошукова оптимізація забезпечує залучення зацікавлених користувачів, соціальні мережі дозволяють продемонструвати переваги продукту та залучити лідерів думок, а електронні розсилки допомагають утримувати аудиторію та стимулювати завантаження. Тільки через омніканальну стратегію, де кожен інструмент доповнює інший, можна досягти ефективного просування мобільного застосунку.

Список використаних джерел:

1. Федорівна Р. Л. Цифровий маркетинг. Zenodo. URL: <https://surl.li/nzwucf>
2. 2026 Marketing Statistics. HubSpot. URL: <https://surl.li/hxhlmm>
3. What Is Digital Marketing. Coursera. URL: <https://surl.li/mrnzln>
4. What Are Marketing Channels. Shopify. URL: <https://surl.li/zvnwbq>.
5. Approaches to the modern concept of digital marketing. Paradigm Publishing Services. URL: <https://surl.li/sdlydx>

Лисюк К.М.,
здобувач вищої освіти,
Демчук З.О.,
кандидат економічних наук, старший викладач,
Національний університет «Києво-Могилянська академія»

СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ЕКО-БРЕНДІВ У СФЕРІ SMART FASHION

Маркетингова стратегія – це довгострокова модель управління діяльністю підприємства, яка передбачає узгодження внутрішніх ресурсів із можливостями та загрозами зовнішнього середовища з метою формування стійких конкурентних переваг на ринку.