

УДК 339.138

*Павлова О.А.,
здобувач третього рівня вищої освіти,
Одеський національний економічний університет*

РОЛЬ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ У СТАЛОМУ РОЗВИТКУ ІТ-СЕКТОРУ УКРАЇНИ

У сучасному світі інформаційних технологій важливість маркетингу для успішної діяльності українських ІТ-підприємств не може бути переоцінена. Швидкі зміни в технологічному ландшафті та зростаюча конкуренція вимагають від компаній не лише технічної компетентності, але й ефективності в маркетинговій стратегії. У цьому контексті цифровий маркетинг виступає як ключовий інструмент для забезпечення сталого розвитку ІТ-сектору в Україні.

Цифровий маркетинг, використовуючи новітні цифрові технології, дозволяє підприємствам ефективно спілкуватися зі своєю аудиторією, просувати продукти та послуги, та адаптуватися до змін у споживчих поведінках. Його потужний вплив полягає в здатності точно визначати цільову аудиторію, підтримувати взаємодію з клієнтами та спонукати їх до дії [1, с. 3].

Проте, в умовах швидко зростаючого ІТ-сектору, важливо зрозуміти, як цифровий маркетинг впливає на сталий розвиток підприємств цієї галузі.

Українські ІТ-компанії активно використовують різноманітні маркетингові інструменти та стратегії для досягнення своїх бізнес-цілей. Соціальні медіа є одним з ключових каналів комунікації, де вони створюють цікавий контент та взаємодіють зі своєю аудиторією, сприяючи підвищенню свідомості про бренд і привертанню уваги клієнтів. Контент-маркетинг також грає важливу роль, де компанії створюють якісний та цікавий контент для своїх блогів, відеоуроків та інфографіки, що допомагає підвищити свідомість та встановити їх як експертів у своїй галузі. Пошукова оптимізація (SEO) використовується для підвищення видимості в пошукових системах, що допомагає привертати органічний трафік та залучати цільову аудиторію. Крім того, використання email-маркетингу для комунікації з клієнтами та контекстної реклами дозволяє зберігати та розширювати базу клієнтів, а також цілеспрямовано рекламувати продукти та послуги.

Різноманітні маркетингові інструменти, відповідно до зазначеного вище, наведено на рис. 1.

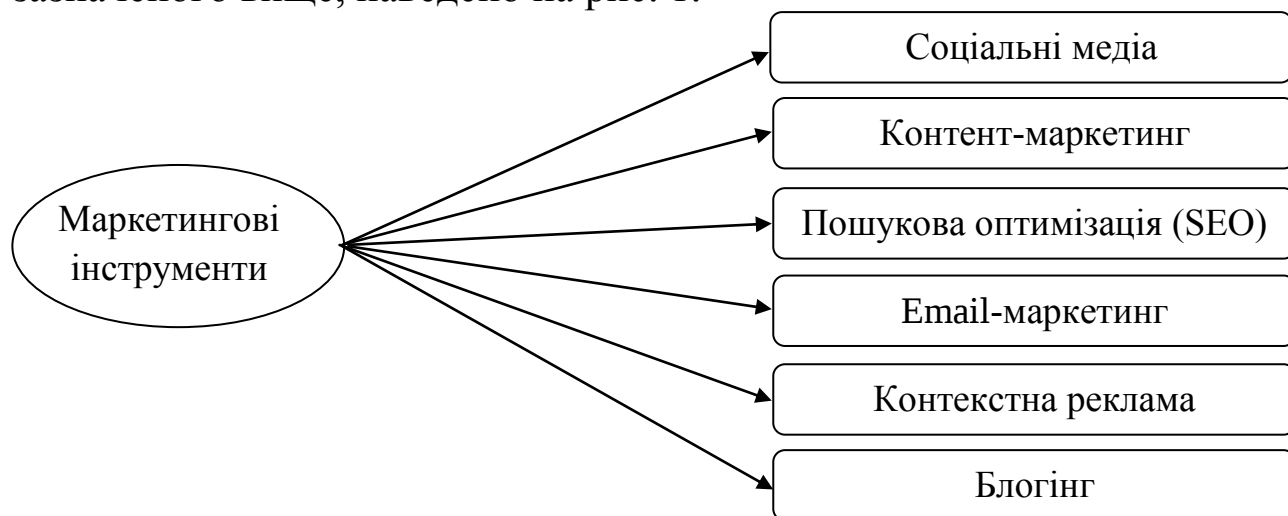


Рис. 1. – Маркетингові інструменти, які використовуються українськими ІТ-компаніями

Джерело: складено автором на основі [2]

Ці маркетингові підходи допомагають українським ІТ-компаніям залучати нових клієнтів, підвищувати конкурентоспроможність та збільшувати прибутковість, сприяючи їх сталому розвитку на ринку.

Українські ІТ-підприємства мають перед собою як виклики, так і можливості у сфері цифрового маркетингу. Одним із головних викликів є конкуренція на ринку, де кількість гравців постійно зростає, ускладнюючи завоювання нових клієнтів. Постійні зміни в технологіях та трендах також створюють виклики для підприємств, оскільки вони повинні триматися в тренді та швидко адаптуватися до новацій. Брак кваліфікованих кадрів у галузі цифрового маркетингу ускладнює розвиток та впровадження ефективних стратегій [3, с.8].

Проте українські ІТ-підприємства мають значні можливості для росту та успіху. Вони можуть розвивати новаторські стратегії, використовуючи передові технології, такі як штучний інтелект та аналіз великих даних, для персоналізації маркетингових кампаній та підвищення їх ефективності. Глобальний ринок дозволяє підприємствам працювати з клієнтами по всьому світу, що відкриває нові можливості для розширення бізнесу. Крім того, застосування аналітики та вимірювання результатів дозволяє підприємствам

адаптувати свої стратегії та підвищувати їх ефективність в реальному часі.

Проаналізував ключові механізми, які сприяють збільшенню конкурентоспроможності та ефективності підприємств у ІТ-галузі, ми можемо виявити позитивний вплив цифрового маркетингу на сталий розвиток ІТ-сектору України.

За допомогою цифрового маркетингу українські ІТ-підприємства можуть ефективно просувати свої продукти та послуги, залучати інвестиції та талановитих співробітників. Крім того, це створює сприятливі умови для збільшення обсягів експорту інформаційних послуг, що сприяє економічному зростанню та розвитку країни в цілому.

Список використаних джерел:

1. Братко О. С., Саламон І. Р. Використання цифрових технологій для просування продукції на міжнародних ринках. *Ефективна економіка*. 2022. № 5. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=10289> (дата звернення: 06.04.2024). DOI: 10.32702/2307-2105-2022.5.80

2. Top 5 інструментів інтернет-маркетингу – Outsourcing Team. Outsourcing Team. URL: <https://outsourcing.team/uk/blog/seo-prosuvannya/top-5-instrumentiv-internet-marketingu/> (дата звернення: 06.04.2024).

3. Кулиняк І. Я., Головецький Д. І. Цифрові інструменти маркетингового менеджменту підприємств: роль, переваги та виклики використання. *Вісник Національного університету “Львівська політехніка”*. 2023. Т. 7, № 2. С. 8. URL: <https://doi.org/10.23939/semi2023.02>. (дата звернення: 07.04.2024).