
УДК 339.138**Голіцин А.М.**

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу імені А.Ф. Павленка
Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана*

МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Цифрові технології є потужним локомотивом, що змінює світ та бізнес зокрема. Такі технології наділяють підприємства конкурентними можливостями для розвитку бізнесу, зокрема в сфері маркетингу. Вони надають можливість компаніям ефективно спілкуватися зі своїми клієнтами та покупцями, а також збирати дані та аналізувати їх, а це дозволяє відповідальним особам підприємства приймати більш обґрунтовані рішення.

Цифровий маркетинг може бути використаний компаніями для збільшення своєї клієнтської бази, просування продуктів, послуг, ідей, а також підвищення відомостей про свій бренд. Проте, для успішного використання цифрових технологій в маркетингу, компанії повинні бути готові до ризиків та вкладатись в нові технології та маркетингові інструменти. Крім того, важливо мати грамотну стратегію цифрового маркетингу та вміти аналізувати дані, щоб виявляти потреби своїх клієнтів та покупців та відповідно до цього налаштовувати свої маркетингові кампанії.

Важливо зазначити, що цифрові технології у маркетингу не є заміною традиційних маркетингових інструментів, а є доповненням до них. Найбільш ймовірно, що за цифровими технологіями постає найближче майбутнє, тому компаніям варто бути готовими до змін і підготувати своїх працівників до використання нових інструментів та технологій. Цифрові технології дозволяють компаніям збирати та аналізувати великі обсяги даних, а це допомагає зробити більш обґрунтовані рішення щодо продажів та маркетингу.

Одним з найбільш ефективних маркетингових інструментів в цифрових технологіях є реклама в соціальних медіа. Завдяки цій формі реклами компанії можуть залучати нових клієнтів та розширювати свою цільову аудиторію. *Соціальні медіа* дозволяють

показувати спеціально підібрану рекламу конкретним групам людей на основі їхніх інтересів, поведінки, демографічних та інших характеристик. Найпопулярніші соціальні медіа в Україні, такі як Facebook, YouTube, Instagram, Tik Tok, Twitter, LinkedIn, Pinterest тощо дозволяють компаніям залучати нових клієнтів та взаємодіяти з існуючими [1]. Вони дозволяють розміщувати рекламу, створювати спеціальні пропозиції та акції, а також залучати клієнтів через соціальні мережі. Тут можна налагоджувати таргетовану рекламу на потрібну цільову аудиторію, створювати своє коло підписників, зацікавлюючи в співпраці, просуваючи товар (послугу) стартапу [2, с. 134].

Так, Девід Мірабел Скотт у своїй книзі [3] описує сучасні підходи до маркетингу та PR, що дають змогу залучати та утримувати клієнтів, використовуючи соціальні медіа, відео, мобільні додатки, блоги, новинні релізи та вірусний маркетинг, оскільки споживачі тепер шукають продукти та послуги онлайн.

Іншим ефективним маркетинговим інструментом є пошукова оптимізація (SEO). SEO дозволяє підняти сайт компанії на верхні позиції у пошукових системах, що робить його більш помітним для потенційних клієнтів. Якщо потенційні клієнти знайдуть сайт компанії на верхній позиції у пошуковій системі, вони швидше за все перейдуть на сайт та ознайомляться з продуктом або послугою. SEO є важливим інструментом для цифрового маркетингу. Вона дозволяє компаніям покращити своє місце розташування у пошукових системах, таких як Google, Bing, Yahoo та інших. Це допомагає збільшити трафік на сайті та залучити нових клієнтів.

Електронна комерція також є однією з найбільш ефективних форм продажів в цифрових технологіях. Компанії можуть створювати електронні магазини, де клієнти можуть придбати продукти безпосередньо на сайті компанії. Електронна комерція дозволяє компаніям ефективно конкурувати на ринку, підвищувати свої продажі та залучати нових клієнтів.

Крім того, електронні розсилки (e-mail marketing) є ще одним ефективним маркетинговим інструментом в цифрових технологіях. Компанії можуть відправляти спеціально розроблені електронні листи своїм клієнтам з пропозиціями та акціями, що допомагає залучати нових та зберігати існуючих клієнтів.

Контент маркетинг. Відео, аудіо, графічний, гібридний контент є одним з найбільш ефективних способів залучення клієнтів. Компанії можуть створювати такий контент, який допомагає зрозуміти клієнтам їхні продукти та послуги, а також створювати ефектні промо-програми, які привертають увагу та підвищують впізнаваність бренду.

Інфлюенс маркетинг. Інфлюенсери – це люди, які мають велику аудиторію в соціальних медіа, та є досить впливовими агентами стосовно своїх підписників. Компанії можуть співпрацювати з інфлюенсерами, щоб просувати свої продукти та послуги.

Месенджер маркетинг. Додатки месенджерів, такі як WhatsApp, Viber, Telegram та Facebook Messenger дозволяють компаніям взаємодіяти з клієнтами безпосередньо через їхні мобільні пристрої. Вони можуть використовувати ці канали для надсилання персоналізованих повідомлень про продукти, акції та спеціальні пропозиції.

Голосовий пошук та асистенти. Розвиток голосового пошуку та асистентів, таких як Siri, Alexa та Google Assistant відкриває нові можливості для маркетингу. Компанії можуть оптимізувати свій контент для голосового пошуку та використовувати асистентів, щоб залучити нових клієнтів.

Сервіс Google Trends дає можливість отримувати додаткову інформацію через реалізацію різних опцій (огляд; порівняння; популярні пошукові запити (щоденні тенденції пошуку); популярні пошукові запити (тенденції пошуку в реальному часі); рік у пошуку тощо [4]).

Нарешті, аналітика даних є важливою складовою цифрових маркетингових інструментів. Збір та аналіз даних дозволяє компаніям зрозуміти, які маркетингові стратегії є найбільш ефективними, які продукти та послуги найбільш популярні серед клієнтів, та які маркетингові кампанії дали найбільший результат.

Усі ці маркетингові інструменти дозволяють компаніям бути більш ефективними у своїх маркетингових стратегіях та збільшувати свої продажі. Важливо розуміти, що цифрові технології постійно змінюються та розвиваються, тому компаніям потрібно бути готовими до використання нових маркетингових інструментів та технологій, щоб залишатись конкурентоспроможними на ринку.

Список використаних джерел:

1. Сак Т. В. *Маркетинг стартапу: особливості, цифрові інструменти та канали просування. Маркетинг і цифрові технології*. Том 7, № 1, 2023 URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/292/18>.
2. Похилько С. В., Єременко А.Ю. *Соціальні мережі як майданчик для створення та розвитку бізнес-проектів. Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. 2020. No 3. С. 130–139. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/81583>.*
3. Scott, D. M. (2017). *The New Rules of Marketing & PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly*. New York, NY: John Wiley & Sons.
4. Завалій Т.О., Легенчук С.Ф. *Google Trends інструмент діджитал-маркетингу: методичні аспекти. Маркетинг і цифрові технології*. Том 7, № 1, 2023 URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/292/187>.

UDC 339.138:00***Holomb V. V.***

*PhD in Economics, Associate Professor
Associate Professor, Department of Information Economy,
Entrepreneurship and Finance
Engineering Educational and Scientific Institute named
after Yu.M. Potebni Zaporizhzhya National University*

ADVANTAGES AND CHALLENGES OF DIGITAL MARKETING

The rapid growth of digital technologies has caused a shift in consumer buying behavior, driven by the internet and the increasing use of smartphones. Online shopping offers advantages such as accessibility, comparative analysis, lower prices, a wider range of options, and hassle-free shopping. However, it also poses challenges such as counterfeit products, unfair trade practices, and cross-border operations.

Digital marketing has several advantages over traditional marketing, such as:

1. Reduces wasteful spending. Digital marketing uses content in a variety of formats that can be easily converted from one format to another, making spending more cost-effective. Digital marketing also reduces wasteful spending. For example, television or billboard ads are equally seen by those who have an interest in your company or product and those who don't. Traditional marketing always wastes some budget on people