

більшою мірою сприяють успіху створених фахівцем маркетингових кампаній, потрібно провести додаткові дослідження.

Список використаних джерел:

1. Mayer, John & Salovey, Peter & Caruso, David. *Emotional Intelligence: Theory, Findings, and Implications. Psychological Inquiry*, 2004. Vol. 15, No. 3, pp. 197-215.
2. R. Bar-On *The Bar-On Model of Emotional-Social Intelligence, Psicothema*, № 18, pp. 13-25, 2006.
3. *The 15 factors of the Bar-On model. ReuvenBarOn.com URL: <http://surl.li/gylm>*
4. Гоулман Д. *Емоційний інтелект у бізнесі : книга. Харків: Vivat. 2021. 528 с.*
5. Мицканюк В., Бутар І. *Розвиток емоційного інтелекту у співробітників малих маркетингових агенцій : бакалавр. роб. Київ, 2022. 113 с.*

УДК 339.13

Нечитайло О.Є.

здобувач вищої освіти

Національний університет «Києво-Могилянська академія»

СУЧАСНІ ТРЕНДИ ВІДЕОМАРКЕТИНГУ

Розвиток Digital-технологій диктує низку еволюційних змін, але багато напрямів залишаються незмінними.

Відеомаркетинг - це використання відеоконтенту для охоплення бажаної аудиторії та просування вашого бренду, послуги чи продукту. Відеомаркетинг - це не лише про продажі, ви можете використовувати його для заохочення відвідувань вебсайтів, залучення до соціальних мереж, підписки на електронну пошту та покращення обслуговування клієнтів.

Статистика відеомаркетингу за 2022 р. наведена на рис. 1.

Перед плануванням своєї роботи на найближчий період важливо розуміти, яким буде маркетинг у новому році. Зокрема, як і раніше, важливо вибудовувати з клієнтами різноманітну та інклюзивну комунікацію, яка дійсно відповідає їх реальним потребам. Тож і у 2023 році головним трендом цифрового маркетингу буде людяність. 62% міленіалів стверджують, їм більше цікавий візуальний пошук,

аніж будь-яка інша нова технологія. Google, Meta, Pinterest та інші лідери інновацій активно інвестують у візуальний пошук, і це дає результат.

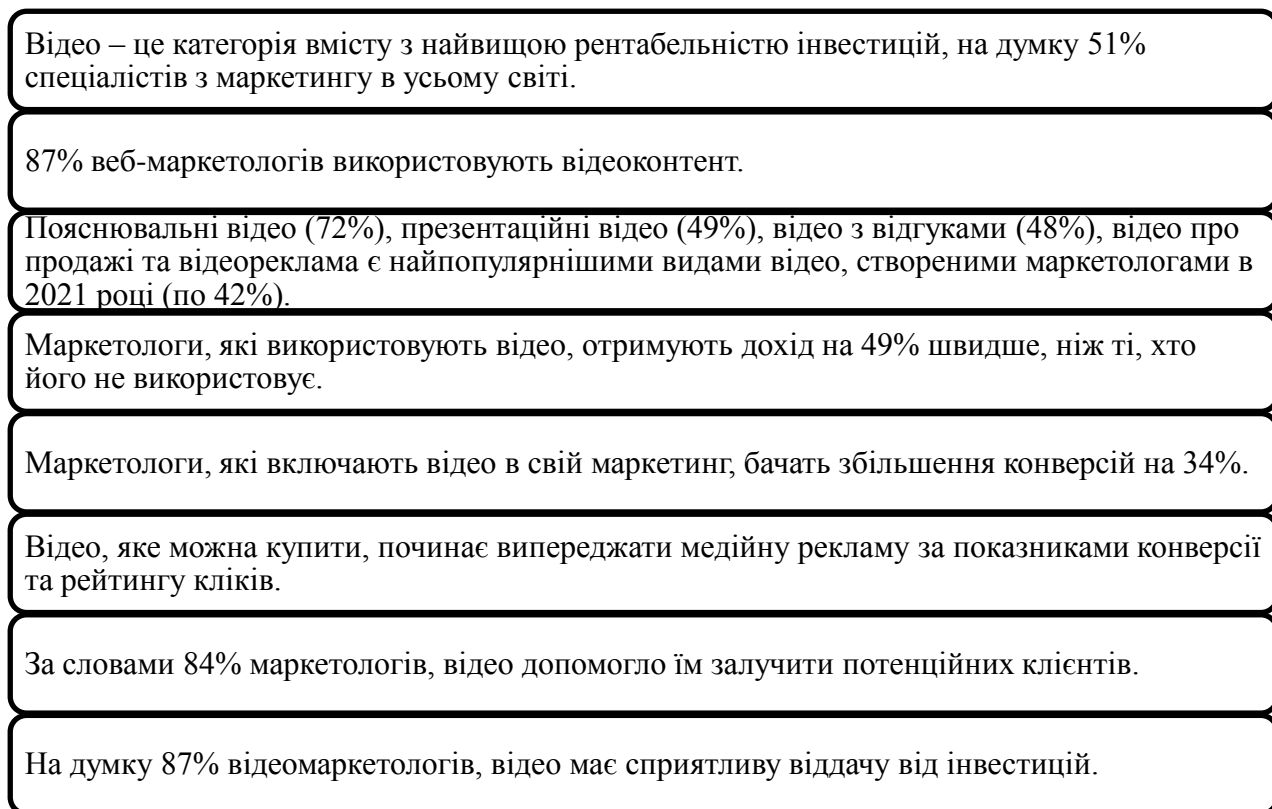


Рис. 1. - Статистика відеомаркетингу

Персоналізоване спілкування з клієнтом — ключ до його серця. Реалізувати цю стратегію допомагають удосконалені технології штучного інтелекту, розширений аналіз даних, збір статистики із соціальних мереж та інших джерел.

Сьогодні більш ніж половина споживачів погоджується отримувати на свої мобільні пристрої push-повідомлення від брендів. Це дозволяє компаніям оперативно інформувати своїх клієнтів, бути завжди з ними на зв'язку.

65% людей віком від 25 до 65 років користуються голосовими помічниками мінімум щодня та мають намір робити це й надалі. Технологія voice search активно використовується бізнесом у Facebook Messenger та інших популярних платформах. 43% інтернет-споживачів різних вікових груп використовують голосові пристрої для здійснення покупок, тому ефективність очевидна.

Відео мають у 53 рази більше шансів підняти рейтинг сайту в результатах пошукової видачі, ніж інші тактики SEO. Сьогодні 84% споживачів хочуть купити продукт після перегляду відео.

1 липня 2023 на зміну звичної Universal Analytics прийде Google Analytics 4 (GA4). Нова версія системи вебаналітики має додаткові переваги. Вона вміє:

- фіксувати усі події (дії відвідувача);
- здійснювати міжплатформену ідентифікацію користувачів;
- виконувати кросплатформове відстеження (збір даних із сайтів та додатків Android та iOS в єдину звітність).

Використання GA4 надасть нові можливості та значно полегшить деякі бізнес-процеси.

Cookie — основа основ digital-маркетингу. Google навіть відклав заплановане припинення їхньої підтримки з 2023 року на другу половину 2024-го. Проте це все одно відбудеться. І брендам потрібно знайти альтернативу. Як? Працювати з даними, отриманими від першої особи. Тобто з інформацією, яку можна збирати безпосередньо від споживача: ім'я, адреси, e-mail, номер телефону тощо.

- Збирати клієнтські дані допомагають:
- системи управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM);
- платформи даних клієнтів (CDP);
- платформи управління даними (DMP).

Внаслідок припинення використання сторонніх cookie-файлів зросте цінність SEO. Якщо виникнуть проблеми зі споживанням аудиторією платної реклами, потрібно буде шукати шляхи збільшення органічного трафіку.

Соціальна комерція стає основною формою покупок. Бренди цілеспрямовано працюють над створенням реклами, яка максимально органічно виглядає у соцмережах. Формат взаємодії в Telegram, Instagram та інших популярних платформах допомагає швидше знаходити клієнтів, розширювати аудиторію, відстежувати тренди та збільшувати ефективність бізнесу.

Сучасні користувачі не мають часу на продавця товарів чи послуг. А ось на TikTok та ігри — так. За даними досліджень, світовий ринок Games Industry цього року отримає близько 198 мільярдів доларів США у вигляді доходів від використання мобільних та консольних ігор. Протистояти цьому може лише

“швидкий” контент. Тренди диктують наступне: перш за все розважайте аудиторію, а продажі залиште наостанок. Тож варто налагодити “експрес-доставлення” цікавого контенту через Instagram Stories, Facebook Reels, YouTube Shorts, короткі відеокліпи в TikTok та ін.

Сьогодні на першому місці — досвід клієнта. Компаніям вже не варто переконувати купувати у них щось. У пріоритеті – надання клієнтам фантастичного досвіду, який змушує їх повертатись.

Отже, реалізацію більшості трендових прийомів діджитал-маркетингу забезпечить хороший сайт, розміщений на надійному хостингу. Щоб вебресурс допомагав досягати у 2023 поставлених бізнес-цілей, для нього необхідно вибрати вдалий домен і купити SSL-сертифікат. Ці послуги та реєстрацію торговельної марки можна замовити на NIC.UA.

Список використаних джерел:

1. Кононенко О. 11 маркетингових каналів для отримання клієнтів у 2022 році. URL: <http://surl.li/gymlw>.
2. Смирнова Т. Тенденції відео-, B2B та B2C-маркетингу: дані дослідження. URL: <http://surl.li/gymil>
3. Томпсон Е. Вражаюча статистика відеомаркетингу 2023: наскільки ефективні маркетингові відео? URL: <http://surl.li/gymiv>
4. Тренди діджитал-маркетингу на 2023 рік. <http://surl.li/gymjb>
5. Як легко створити стратегію відео маркетингу у 2023 році. URL: <http://surl.li/gymjh>
6. Digital-маркетинг для бізнесу. URL: <http://surl.li/gymav>

УДК:339

Стрільчук Р.М.

*кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та управління бізнесом*

Якубовська В.С.

*здобувач вищої освіти
Рівненський державний гуманітарний університет*

ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ В БІЗНЕСІ: МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ

Інтернет-технології - це технології створення і підтримки різних інформаційних ресурсів в комп'ютерній мережі Інтернет [1].