

УДК 339.13:657.6

*Давидова Г.В.*  
*асистент кафедри маркетингу*  
*Національний університет «Одеська політехніка»*

## ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРЕВАГИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

Основними тенденціями розвитку цифрового маркетингу є:

- діалоговий, універсальний, емоційний контент сайту;
- наявність якісної картинки на сайті;
- відеомаркетинг;
- геотаргетінг;
- гейміфікація;
- аналітика користувачів;
- подорожчання доступу до особистих даних.

Основними перевагами цифрового маркетингу є:

- адресність – можна безпосередньо звернутися до зацікавленого споживача;
- точна оцінки ефективності сайту – спеціальні системи статистики покажуть, за яким запитом, з якої пошукової системи або сайту прийшов відвідувач, що замовив, на що звернув увагу, що прочитав на сайті, що його не зацікавило;
- визначення на який товар і з якими параметрами існує попит – дізнатися про це можна на основі відслідковування в Інтернет тенденцій зміни попиту на товари та тематики запитів користувачів;
- реактивність покупки – відвідувач сайту може моментально відреагувати на рекламне повідомлення, перейти по посиланню на потрібний сайт, придбати товар.

Цифровий маркетинг починає використовувати і традиційні види реклами, виконуючи завдання залучення уваги аудиторії до заходження у віртуальний світ. Прикладами є: QR-коди в рекламних плакатах і журналах, прискорення темпів адаптації нових технологій, зміни в поведінковій моделі споживачів та доступність крос-платформного контенту (комбінація кількох майданчиків). Найчастіше використовують комбінації: «ВКонтакте» + Instagram + Twitter; Facebook + Foursquare + Instagram + Youtube [1].

Ці зміни ведуть до формування нового циклу медіа-споживання. Зростає кількість «розумних пристроїв» (смартфонів, телевізорів, планшетів), за допомогою яких споживається продукт цифрових медіа; а значить формуються сприятливі умови для маркетологів. Продажі смартфонів випередили продажі звичайних телефонів; сегмент ноутбуків розширюється за рахунок інтернет-планшетів та електронних рідерів. Зростає попит на додатки, потокове відео і аудіо, ігри і електронні версії ЗМІ та книжок, зростає рівень проникнення соціальних мереж і відповідної маркетингової активності.

З'явилася нова форма маркетингових агенцій – Digital-агенції. На відмінну від звичайних медійних агенцій, що надають майданчики для розміщення реклами Digital-агенції пропонують наступні послуги:

1) створення сайтів, медійне і контекстне просування, дизайн, продакшн;

2) розробка комплексної стратегії розвитку підприємства у цифровому оточенні (експертиза і просування);

3) робота з онлайн спільнотами (групи і сторінки в соціальних мережах, блогах, форумах, спеціалізованих майданчиках);

4) організація event заходів в комбінації онлайн/офлайн просування;

5) переведення споживача з онлайн в офлайн-сферу і назад (акції, активності);

6) експериментальний маркетинг: QR-коди, геолокаційні сервіси, RFD, WOW-дзвінки, доповнена реальність.

#### **Список використаних джерел:**

1. *Цифровий маркетинг – модель маркетингу XXI сторіччя: монографія / авт. кол.: М.А. Окландер, Т.О. Окландер, О.І. Яшкіна [та ін.]; за ред. д.е.н., проф. М.А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2017. 292 с.*