

УДК: 659.1(075.8)

Гужавіна І.В.,

кандидат економічних наук, доцент,

старший науковий співробітник відділу

економіко-правових проблем містознавства,

*Державна установа «Інститут економіко-правових досліджень
імені В.К. Мамутова Національної академії наук України»*

НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток інтернет-маркетингу сьогодні підтримується багатьма доступними інструментами. Але значна проблема використання цих інструментів полягає в тому, що наявних аналітичних даних недостатньо для відстеження справжньої ефективності реклами. Це означає, що вони можуть аналізувати лише загальні показники (відвідування, рейтинг кліків, коефіцієнти конверсії, коефіцієнти прямого повернення, переглянуті сторінки тощо), але цього недостатньо для комплексного аналізу, який враховує не лише відвідування веб-сайту та замовлення розміщені через кошик для покупок, також включає телефонні дзвінки та замовлення, розміщені по телефону, так звані дані про офлайн-конверсії недоступні.

Сервіс AdSaver є потужним помічником для онлайн-маркетологів, веб-аналітиків, експертів з контекстної реклами, власників бізнесу та рекламних агентств. AdSaver відстежує частоту відвідувань кожного сеансу користувача та ідентифікує кожного користувача, призначаючи кожному користувачеві унікальний динамічний номер (динамічне відстеження дзвінків) [1, с. 115].

Динамічне відстеження дзвінків (call-tracking) спочатку було створено в Сполучених Штатах, пізніше ця інноваційна концепція охопила європейський і вітчизняний ринки інтернет-реклами, ефективно сприяючи подальшому розвитку галузей мережевого аналізу та автоматизації в сфері інтернет-реклами.

Сервіс AdSaver за якістю обслуговування порівнянний з сервісом Ringostat, тоді як всі інші сервіси оцінені значно нижче. За найнижчою вартістю послуг підключення AdSaver поступається лише Nextell. Ціни на підключення інших послуг значно вищі. Лише AdSaver має можливість підключати чати до веб-сайтів, тоді як інші трекери викликів не мають такої функції, тому вони використовують

сторонні сервіси. До переваг сервісу AdSaver можна віднести [2, с.85]:

- можливість безкоштовного налаштування різноманітних спливаючих форм (дизайн форми на сайті);
- можливість заміни номерів за географічним розташуванням (один номер присвоєно одному регіону, інший номер іншому регіону);
- можливість переадресовувати з одного конкретного номера на інший;
- можливість підключення до АТС без виклику call-tracking і навпаки.

Звісно сервіс AdSaver не можна вважати комплексним рішенням для оптимізації всієї реклами. Сервіс AdSaver містить в собі чотири інструмента: call tracking, call back, LMS – міні CRM система та АТС.

Для ефективного ведення маркетингової діяльності на підприємстві надзвичайно важливим є вирішення питання оптимального вибору рекламних інструментів, сервіс AdSaver є одним з важливих напрямків підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

- 1. Огілві Д. Про рекламу. Харків: КСД, 2019. 288 с.*
- 2. Світвуд А. Маркетингова аналітика: як підкріпити інтуїцію даними. Київ: Наш Формат, 2019. 152 с.*
- 3. Траут Дж., Райс Е. Маркетингові війни. Харків: Фабула, 2019. 240 с.*
- 4. Шарп Б. Як зростають бренди: чого не знають маркетологи. Київ: Наш Формат, 2019. 240 с.*