

УДК 339.138:004.738

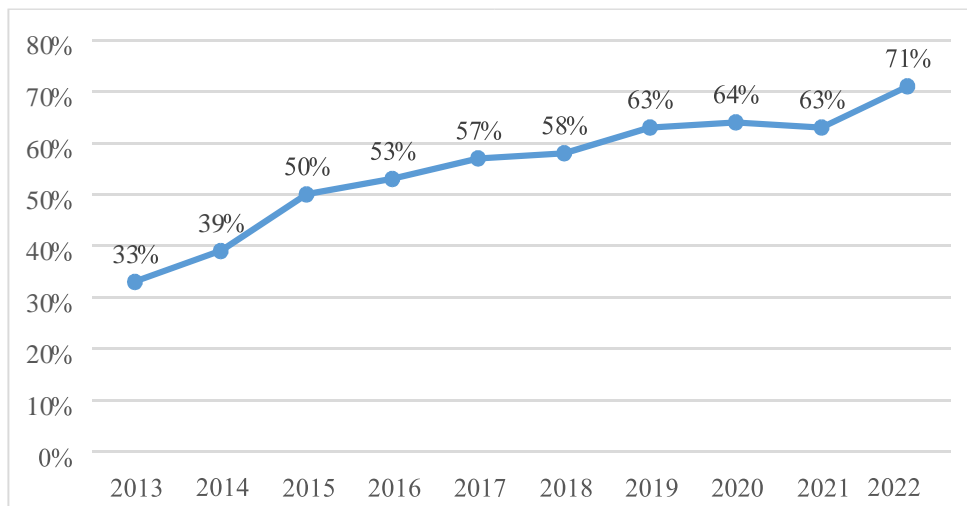
*Зимбалева Ю. В., к.е.н., доцент  
Драгієва А. Г.*

*Київський національний університет технологій і дизайну*

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

Останніми роками цифровий маркетинг набуває значення, оскільки збільшується кількість користувачів Інтернету, а ефективність традиційних форм реклами, таких як преса та телебачення, зменшилася. Інструменти, які надають потужні можливості націлюватися на певну аудиторію та вимірювати ефективність кампаній у режимі реального часу призвела до використання цифрового маркетингу всіма компаніями.

За даними Internet Marketing Association, кількість користувачів Інтернету в Україні неухильно зростає протягом останнього десятиліття (Рис.1). За сучасними оцінками, понад 60% населення України є користувачами Інтернету, і, за прогнозами, це число продовжить зростати в найближчі роки. Інтенсифікація використання Інтернету було зумовлене такими факторами, як широка доступність недорогих смартфонів, розширення мобільних мереж і зростання популярності соціальних медіа та онлайн-сервісів [2].



*Рис. 1. Динаміка приросту кількості інтернет-користувачів в Україні, 2013–2022 рр. [2]*

Веб-сайт є важливою тактикою забезпечення присутності будь-якої компанії в Інтернеті. Він має бути якісно розробленим, зручним і оптимізованим для пошукових систем [1]. Пошукова оптимізація (SEO) – це практика покращення видимості та рейтингу веб-сайту в пошукових системах, таких як Google. Інструменти аналітики, наприклад, Google Analytics, надають компаніям цінну інформацію про відвідуваність веб-сайтів і поведінку користувачів. Цю інформацію можна використовувати для підвищення загальної ефективності маркетингових кампаній.

Цифровий маркетинг означає просування бренду за допомогою цифрових технологій та платформ в Інтернеті. Компанії можуть використовувати такі основні інструменти цифрового маркетингу: мобільний маркетинг, маркетинг електронною поштою, реклама з оплатою за клік, маркетинг на платформах соціальних мереж, відеомаркетинг, контент-маркетинг, інфлюенсерський (впливовий) маркетинг, оптимізація голосового пошуку.

Мобільний маркетинг передбачає широке використання смартфонів і мобільних пристроїв, тому охоплює такі тактики, як мобільні програми, SMS-повідомлення та мобільна реклама.

Маркетинг електронною поштою – це практика надсилання цільових повідомлень на електронні пошти переліку представників цільової аудиторії.

Реклама з оплатою за клік (PPC) – це модель онлайн-реклами, за якої компанії платять щоразу, коли користувач натискає на їхню рекламу. Це може бути ефективним способом залучити потенційних клієнтів у формі цільового трафіку на веб-сайт (конверсії).

Маркетинг на медіа-платформах соціальних мереж, таких як Facebook, Instagram, Twitter і LinkedIn, надає можливість зв'язатися з потенційними клієнтами та взаємодіяти з ними за допомогою змісту реклами та обміну повідомленнями.

Відеомаркетинг означає створення та поширення візуального контенту для просування бренду, що стає все популярнішим на сторінках соціальних мережах та на інших онлайн-платформах. Використання технології віртуальної реальності (VR) дозволяє користувачам завдяки візуальному контакту відчутти автентичність демонстрованого товару та прискорити прийняття рішення про покупку. Компанії використовують VR у власних рекламних стратегіях, щоб повідомити клієнтам про персоналізований вибір.

Контент-маркетинг дозволяє залучити представників цільової аудиторії шляхом створення та поширення цікавого різного контенту, наприклад, дописів у блогах, відео та інфографіки.

Інфлюенсерський (впливовий) маркетинг передбачає просування бренду за допомогою співпраці з особами, які на своїх сторінках у соціальних мережах мають велику кількість підписників, що можуть бути цільовою аудиторією певної компанії.

Оптимізація голосового пошуку стала важливим аспектом цифрового маркетингу із зростанням популярності таких голосових помічників, як Amazon Alexa та Google Assistant [3].

Таким чином, цифровий маркетинг пропонує потужний набір інструментів охолення та взаємодії з представниками цільової аудиторії компанії в Інтернеті. Ці інструменти спрямовані на підвищення впізнаваності та береження зацікавленості у бренді, залучення трафіку на веб-сайт, і, зрештою, перетворення потенційних клієнтів на реальних клієнтів.

Популяризацію цифрового маркетингу зумовлює широка доступність мобільних пристроїв та зростання популярності соціальних медіа. Подальший розвиток цифрового маркетингу потенційно забезпечує прогрес технологій штучного інтелекту (AI), який дозволяє створити більш персоналізовані, цілеспрямовані та ефективні кампанії. У зв'язку з цим, з'являться нові можливості та виклики, під які компаніям доведеться адаптувати свої стратегії для збереження конкурентоспроможності.

#### Література

1. Вдовічена О. Г., Дюгованець О. М., Чернова І. В. Digital-маркетинг як інструмент ефективності та конкурентоспроможності сучасного бізнесу: особливості та перспективи впровадження в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. № 2. С. 81–87.
2. Marketing Analytics. *Demand Gen Report*. 2022. URL: <https://www.demandgenreport.com/topics/marketing-analytics/>.