

УДК 339

Чайка Є. В., бакалавр,
Пономаренко І. В., к.е.н., доцент,
Державний торговельно-економічний
університет, м. Київ, Україна

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

В сучасному світі спостерігається постійний розвиток технологій, що призводить до трансформації бізнес-процесів та істотно впливає на рівень життя населення. Якісні трансформації у сфері маркетингу передбачають залучення не тільки спеціалізованого програмного забезпечення, але й впровадження передових підходів в системі управління, які спрямовані на підвищення продуктивності персоналу та досягнення економічно обґрунтованого рівня конверсії.

Зростання популярності маркетингу у цифровому середовищі пов'язано з активним використанням сучасними користувачами Інтернету у повсякденному житті. Використання цифрових каналів дає можливість збільшувати продажі та підвищувати ефективність комунікації з цільовою аудиторією. Діджитал маркетинг активно розвивається завдяки інтенсивному впровадженню інноваційних технологій та дозволяє компаніям підтримувати достатній рівень конкурентоспроможності на національному та глобальному рівнях. В процесі просування компаній та налагодження ефективних довгострокових комунікацій використовується багато різноманітних інструментів, серед яких найбільшою популярністю користуються наступні:

1. Пошукова реклама: SEO (Search Engine Optimization).
2. Контекстна реклама: PPC (Pay-Per-Click).
3. Соціальні мережі: Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok та ін.
4. Відеореклама: YouTube, Vimeo.
5. Контент-маркетинг: ведення блогу, email-маркетинг, інфографіка.
6. Медійна реклама: банери, дисплейна реклама.

7. Партнерський маркетинг: співпраця з іншими вебсайтами та інфлюенсерами [1].

Оптимізація реалізації маркетингової стратегії у цифровому середовищі передбачає використання спеціалізованого програмного забезпечення за наступними напрямками:

- Аналіз конкурентів допоможе здійснити комплексне оцінювання діяльності конкурентів у цифровому середовищі та ідентифікувати перспективні активності, які можливо застосувати для покращення позицій на ринку (Serpstat, SimilarWeb, SpyFu).

- Моніторинг згадувань бренду цільовою аудиторією в Інтернеті допоможе оцінити рівень лояльності (Brand24, Mention, Mentiolytics).

- Аналіз пошукової видачі дозволить встановити компанії, які найефективніше використовують SEO для досягнення високих позицій у пошуковиках та розробити контр заходи (Google Search Console, Google Analytics, Internet Marketing Ninjas).

- Пошук ключових слів дає можливість оцінити вподобання користувачів та розміщувати контент з високим рівнем залучення цільової аудиторії (Serpstat, Ahrefs, Google Keyword Planner) [2].

Література

1. Олешко, Т. І., Касьянова, Н. В., Смерічевський, С. Ф., Іванченко, Н. О., Пономаренко, І. В., Квашук, Д. М., ... & Крисак, Я. В. (2022). Цифрова економіка. – 200 с.

2. Янковець Т. М. Технології цифрового маркетингу : підручник. К.: ДТЕУ, 2023. 260 с.