

підвищенню рівня впізнаваності ресторану, значно збільшують охоплення цільової аудиторії та підтримують її лояльність.

Окремими елементами позитивного іміджу суб'єктів ресторанного бізнесу є їх клієнтоорієнтованість та емоційний зв'язок з гостями, підвищенню рівня розвитку яких сприяє саме цифровий маркетинг. Отже, ефективна стратегія цифрового маркетингу має велике значення та відкриває нові можливості для формування та підтримки позитивного іміджу суб'єктів ресторанного бізнесу.

Література

1. Ажажа М. А., Фурсін О. О., Венгер О. М. Концепція цифрового маркетингу 4.0: еволюція, характеристика, типологія. *Humanities studies: Collection of Scientific Papers / Ed. V. Voronkova. Zaporozhzhia: Publishing house "Helvetica", . 2023. № 14(91). С. 135-147. DOI: <https://doi.org/10.32782/hst-2023-14-91-16>*
2. Гросул В. А., Балацька Н. Ю. Digital-маркетинг як дієвий інструмент антикризового розвитку підприємства ресторанного бізнесу в період пандемії та її рецесії. *Підприємництво та інновації. 2020. Вип. 11-2. С. 7-12 DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/11.20>*
3. Лифар В., Мізін А. Використання інструментів цифрового маркетингу у формуванні іміджу закладів вищої освіти в Україні. *Věda a perspektivy. 2023. №4 (23). С. 23-36. DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2023-4\(23\)-23-36](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2023-4(23)-23-36)*
4. Шейко Ю. О. Пріоритети інноваційної діяльності готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2021. № 5(32). С. 83-89. DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.32-12>*
5. Restaurant marketing as key to the growth of your business. URL : <https://extrabrain.net/restaurant-marketing/> (accessed: 09.03.2024)

УДК 339.138:339.17=111

Головань Д.М., Комлев А.М., здобувачі освіти
Державний торговельно-економічний університет

ІНТЕРАКТИВНИЙ КОНТЕНТ ЯК ЕЛЕМЕНТ УСПІШНОГО МАРКЕТИНГУ В ЕПОХУ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

У світі, де споживачі оточені потоком інформації, виділити бренд серед інших — це справжній виклик. Сьогоднішні маркетологи шукають інноваційні способи привернути увагу аудиторії та взаємодіяти з нею. В цьому контексті інтерактивний контент стає ключовим елементом успішного маркетингу в епоху діджиталізації.

Інтерактивний контент – це спосіб взаємодії з аудиторією, що залучає її до створення контенту. Цей формат не нагадує статичний контент, який робить користувачів пасивними спостерігачами. Інтерактивний контент заохочує увагу користувача тими або іншими способами: розіграші призів під час конкурсу або відповідями на питання які цікавлять користувачів на фірмовому вебінарі. Користувачі активно залучаються в життя бренду, і це підвищує залученість аудиторії [1].

Мета інтерактивного контенту — залучити глядача та спонукати його взаємодіяти з контентом, а не просто пасивно його споживати [2]. Це може допомогти підвищити залученість, утримання та коефіцієнти конверсії, а також надати цінні дані та зрозуміти уподобання та поведінку клієнтів.

Переваги використання інтерактивного контенту в маркетингу [3]:

1. На відміну від пасивного контенту, інтерактивний здатний генерувати вдвічі більше конверсій та до п'яти разів більше переглядів сторінок.

2. Частота поширення візуального інтерактивного контенту у соціальних мережах у 40 разів перевищує показники за статичним контентом.

3. Майже 90% маркетологів підтвердили, що інтерактивний контент працює більш ефективно на привернення уваги глядача ніж пасивний.

4. Понад 90% маркетологів погодилися, що інтерактив є значно ефективнішим для навчання покупця.

5. Майже 70% маркетологів констатували, що вікторини найефективніші для початкових етапів шляху покупця (відкриття, обізнаність).

Одним із типів інтерактивного контенту є вебінар. Потоківі відео стрімки набирає популярності, про що свідчить статистика Global Video Index. Особливо стримінгові сервіси стали популярними під час кризи в 2020 році, які змусили багато компаній перейти на віддалений режим. Але це лише відкрило нові можливості. Такі сервіси, як Zoom, стали популярними, оскільки вони дозволили компаніям налагодити зворотний зв'язок зі своїми клієнтами. Вебінари – один із найпоширеніших способів залучення клієнтів та продажів в онлайн-бізнесі. А за рахунок інтерактивності можна тримати клієнтів довше. Як показує статистика, споживачі більше часу переглядають вебінари, ніж звичайні відео.

Найбільш ефективні формати просування послуг: вікторини, конкурси, слайд шоу, інтерактивні карти. За допомогою слайдшоу, наприклад, можна порівняти кілька схожих послуг. Непогано працюють відгуки клієнтів на сайтах, що продають послуги, у форматі відеозвернення.

Інтерактив здатний перетворити стандартну рекламу на розважальну та унікальну історію. Це спроба пробитися крізь інформаційний шум, розповісти про складні речі просто і цікаво, зробити контент персоналізованим і, отже, кориснішим, чіпляючись. Він створює безпосередню взаємодію

з веб-сайтом, спонукає користувачів до активної участі та здійснення певних дій.

Література

1. Типи інтерактивного контенту та цікаві приклади - AboutMarketing. *AboutMarketing*. URL: <http://surl.li/nrgwn> (дата звернення: 20.03.2024).
2. Interactive content - what does it mean? - System CRM and ERP Firmao. *System CRM and ERP Firmao*. URL: <http://surl.li/rtrwv> (date of access: 20.03.2024).
3. Інтерактивний контент: що це таке, види та приклади інтерактивного контенту в маркетингу – Wezom. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/interaktivnyj-kontent-v-marketinge> (дата звернення: 20.03.2024).
4. БОНДАРЕНКО О., ЯЩЕНКО М. Контент-маркетинг на підприємствах торгівлі. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2023. Т. 148, № 2. С. 24–38. URL: [https://doi.org/10.31617/1.2023\(148\)03](https://doi.org/10.31617/1.2023(148)03) (дата звернення: 22.03.2024).

УДК 339.9

Баба С.М., здобувач освіти
Кузьменко О.М., науковий керівник: к.е.н., доц.,
Державний університет інфраструктури та технологій

ПРИЧИНИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Анотація: Розглянуто різноманітні аспекти глобалізації світової економіки та стратегічну важливість залучення до неї. Зазначено основні причини необхідності виникнення глобалізації світової економіки.

Постановка проблеми. Глобалізація світової економіки відіграє важливу роль у розвитку та зміні економічних процесів на міжнародному рівні. Цей процес характеризується зростанням міжнародної торгівлі та інвестицій, розширенням глобальних виробничих мереж, поширенням ідей та технологій. Причини виникнення глобалізації світової економіки є багатоаспектним явищем, котре потребує окремої уваги.

Основні матеріали дослідження. Глобалізація світової економіки – це процес, котрий несе у собі перетворення у єдину систему ринків товарів, послуг, капіталів, робочої сили і знань. Передбачає розвиток даних галузей та їх поширення на торговельні тенденції інших держав. Дане визначення показує, що глобалізаційний процес відкриває можливість до великих видозмін у системі міжнародних відносин на ринку [1].

Розглянемо основні пункти, що описують причини необхідності виникнення глобалізації світової економіки: