

УДК 339

ШУТЕНКО А.О.

СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТА ПЕРЕВАГИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

У сучасному світі значно набуває популярності цифровий маркетинг. Він включає не тільки збір інформації про цільову аудиторію, а й дозволяє побачити результати просування товару або послуги. Останні події у світі принесли багато змін у загальне представлення цифрового простору. Розглянуто тенденції стратегій та інноваційних підходів до альтернативних варіантів просування бізнесу та популярні тренди цифрового маркетингу на найближчий час.

Ключові слова: цифровий маркетинг, бізнес, просування бізнесу, цільова аудиторія.

В современном мире значительно приобретает популярность цифровой маркетинг. Он включает не только сбор информации о целевой аудитории, но и позволяет увидеть результаты продвижения товара или услуги. Последние события в мире принесли много изменений в общем представлении цифрового пространства. Рассмотрены тенденции стратегий и инновационных подходов к альтернативным вариантам продвижения бизнеса и популярные тренды цифрового маркетинга на ближайшее время.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, бизнес, продвижение бизнеса, целевая аудитория.

In today's world, digital marketing is gaining in popularity. It includes not only the collection of information about the target audience, but also allows you to see the results of the promotion of a product or service, brand or product. Recent developments in the world have brought many changes to the overall view of the digital space.

Businesses that use different channels of digital marketing have the opportunity to interact with the target audience much more effectively and simultaneously, thereby constantly increasing the number of new customers and audience loyalty to the brand. Trends of strategies and innovative approaches to alternative options of business promotion are considered and popular trends of digital marketing for the near future are analyzed.

Key words: digital marketing, business, business promotion, target audience.

Вступ. Цифровий маркетинг – це сукупність маркетингової діяльності, що складається із різних цифрових інструментів та каналів зв'язку для взаємодії із клієнтом у тому місці, де він проводить більшу частину особистого часу – у цифровій мережі. Він застосовується на кожному з етапів спілкування із споживачем у сегментах B2B або B2C.

Розвиток цифрового маркетингу приписують поширенню інтернету, але не можна ігнорувати той факт, що у широкому розумінні електронний маркетинг не наслідок утворення інтернету, хоча і набув у відповідний період значного зростання, а його попередник, так як у даному випадку мається на увазі маркетинг із використанням цифрових технологій. Кількість різновидів

каналів розповсюдження digital-маркетингу непинно зростає, із появою нових електронних пристроїв, він також розширює галузі свого застосування і типів послуг.

Для вирішення того, що буде популярно у цифровому просторі та яка галузь буде характеризуватися найбільшим прогресом, як маркетологу швидко реагувати на появу нових інструментів для просування, було розглянуто головні тренди digital-маркетингу, його тактик та інструментів.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Розвиток цифрових технологій суттєво вплинув на хід розвитку світової економіки та соціуму в цілому. Це спричинило

© Шутенко А.О., 2021

відповідні трансформації у веденні бізнесу та поведінки споживачів. На сьогоднішній день, цифровий маркетинг набув значення методу розширення і модернізації компаній. Бренди використовують його як можливість виділитися у конкурентному просторі. Задля привертання уваги потенційних клієнтів та утримання їх інтересу даний напрям дозволяє використовувати широкий спектр методів налагодження зв'язку в залежності від специфіки обраної середовища: соціальна мережа, телебачення, інтерактивна реклама і т.д. Стратегії та напрямки маркетингу в цифрових мережах стають все більш мінливими та короткотривалими і лише вчасне застосування певних технік може забезпечувати високу ефективність даної діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Дана тематика достатньо актуальна в останній час і питання цифрового маркетингу або просування в інтернеті привертає увагу багатьох учених та фахівців даного напрямку. У роботах Ф.Котлера [1-2] представлено дослідження із загальних та новітніх концепцій маркетингу. А також такі автори як С. Ілляшенко [3], що дослідив інструменти маркетингу в інтернеті, Р.Дайс, Р. Хеннеберрі [4] – систематизували загальні поняття із цифрового маркетингу. Особливості маркетингу у мобільних технологіях дослідив Д. Роулс [5], Н. Полусмакова [6] – розкрила тему тенденцій та маркетингових інновацій.

Виклад основного матеріалу. Глобальний стрімкий розвиток. В умовах конкурентної середовища та боротьби за споживача найбільш поширеними видами ведення маркетингу у цифровому просторі можна визначити:

- 1) радіо онлайн та цифрове телебачення;
- 2) SMS розсилка;
- 3) реклама на інтерактивних екранах;
- 4) пошукова оптимізація;
- 5) рекламні тизери;
- 6) реклама у програмних застосунках, зокрема іграх;
- 7) контекстна реклама та банери;
- 8) маркетинг у соціальних мережах;

9) email-маркетинг;

10) партнерський маркетинг.

Окрім того, можна розподілити множини існуючих у цифровому маркетингу інструментів на наступні групи: приватні ресурси – сторінки соціальних мереж або веб-сайти, якими володіє компанія; послуги – оплачувані дії, які виконуються для просування компанії із залученням зовнішніх спеціалістів; отримані ресурси – набуті із часом комунікаційні зв'язки, певна зароблена репутація тощо.

Освоєння сучасних цифрових технологій споживачами впливає на хід звичної маркетингової діяльності, перетворюючи її в електронний формат задля застосування існуючих переваг даного напрямку, що стали причинами особливої уваги до діджитал-маркетингу організацій будь яких розмірів: заповнення клієнтами цифрових каналів та їх можливе таргетування, можливість обробки масивної інформації задля опрацювання, сегментації споживачів та створення унікальної адаптованої пропозиції для певної множини потенційних клієнтів яким буде до смаку запропонований продукт.

Цифрові засоби медіа значно швидше представляють новий контент та частіше оновлюються у порівнянні із звичайними, що дозволяє його користувачу якнайшвидше ознайомитись із актуальними даними. Існування цифрових медіа забезпечують електронні носії, що здатні відображати зображення, відео, рекламні повідомлення та багато інших цифрових форматів даних. Цифровий маркетинг дозволяє охопити онлайн та офлайн споживачів, які використовують девайси. Так бренд може звернутися до ширшої аудиторії, не обмежуючись лише, наприклад, інтернетом.

Ключовою перевагою є можливість збирати чіткі та деталізовані дані, всі дії користувача в цифровому середовищі фіксуються спеціалізованими аналітичними системами, що надають можливість підводити детальні підсумки щодо ефективності різних каналів просування, а також скласти вірний аватар клієнта.

На фоні значної популярності digital-маркетингу та його швидкого прогресу важливо визначити які тенденції матиме

дана сфера у найближчому майбутньому. Які процеси будуть автоматизовані та які корективи внесли особливості світу дистанційного спілкування, як вони вплинули на економічний простір.

По перше, розвиток нових способів взаємодії із клієнтами. Набуває поширення багатоканальний підхід до спілкування, окрім вже зрозумілого письмового способу та з використанням засобів мобільного зв'язку, тепер застосовуються такі технології як чат-боти, що за короткий проміжок часу підтвердили свою користь у сервісі для багатьох сфер.

Системи штучного інтелекту позиціонують себе як способи автоматизації процесів та задач, вони інтенсивно розвиваються, приносячи можливість аналізувати поведінку споживачів та прогнозувати загальні тенденції їх інтересів, використовувати дані соціальних мереж задля відповідності сегменту клієнтів товарів та послуг бізнеса, що їх пропонує.

Пошук за допомогою мови та голосові інтерфейси набирають популярності через мінімум дій необхідних для їх використання, за статистикою Google [7] щонайменше третя частина запитів пошуку з мобільних пристроїв виконується саме за допомогою мови.

Сучасний споживач вибагливий до рекламної інформації, він поступово звикає до того, що індивідуальний підхід вже став частиною більшості сервісів. Детальніша персоналізація дозволяє збирати дані користувачів та ефективно інтегрувати рекламні компанії у загальний потік інформації, що обробляє потенційний клієнт у своєму цифровому просторі.

Інтерактивний та ігровий формат. Такий підхід значно спрощує комунікацію та швидко чіпляє клієнта, найбільше набуває поширення на веб-ресурсах, мобільних застосунках та інтерактивній рекламі.

Онлайн-івенти та прямі ефіри. Особливо в останній час, в умовах пандемії, варіант відеоконференцій та онлайн-зустрічей в соціальних мережах забезпечують налагодження контакту із клієнтами та розширення бази потенційних споживачів. Окрім того, це може вплинути

на популяризацію бренду та створення репутації організації.

Контент користувачів один з останніх трендів цифрового маркетингу. При певних маніпуляціях, запуск такого виду взаємодії з користувачами надає можливість побудови міцних та лояльних взаємовідносин із аудиторією та може бути застосований у розширенні пошукової бази.

Тенденції посилення використання маркетингу в діджитал-просторі зростають з кожним роком [8]. Але це не зобов'язує використовувати усю множину інструментів маркетингу в цифровому просторі, підкорятися трендам що з'явилися вчора. Ця сфера справді може пропонувати інноваційні підходи до зв'язку з аудиторією, але задача маркетологів обирати лише переваги тих функцій, які насправді матимуть позитивний результат у їх використанні для певного сегменту споживачів

Висновки. Цифровий маркетинг - це комплексне просування, яке включає безліч каналів. Тому важливо не намагатися охопити їх усі, а виходити з цілей та можливостей бізнесу. Тим більше, що універсальних рішень не існує, а інструменти потрібно вибирати під конкретну організацію. Було розглянуто головні тренди і тенденції цифрового маркетингу, а також виділено низку характерних інструментів маніпуляції із споживачами. Із поширенням застосування даного напрямку маркетингу, можна прослідкувати його значну залежність від відповідних технологій та інструментів, що він використовує. Відповідно тенденції у цифровому просторі направляють діяльність digital-маркетологів, вибираються нові техніки впливу та інструменти взаємодії відповідно сучасним трендам у світі та тим напрямам, які прогнозують певний потенціал у своєму використанні. Зрозуміло, що у сучасному світі компаніям варто і необхідно приділяти більше уваги до впровадження маркетингу, зокрема діджитал-маркетингу в свою діяльність, та формувати бюджет витрат включаючи дану сферу. Отже, тенденціями подальшого розвитку цифрового маркетингу можна вважати ефективну інтеграцію технік цифрового маркетингу в основні задачі

кожної організації, при цьому, підбір найбільш підходящих та потенційних інструментів із популярних, трендових напрямків у мережі цифрових технологій.

Список літератури:

1. Котлер Ф. Основы маркетинга : краткий курс / Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2007. 656 с.
2. Котлер Ф., Картаджайя Х., Сетиаван А. Маркетинг 3.0 : от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе М. : Альпина Бизнес Букс, 2011. 230 с.
3. Ілляшенко С. М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань: монографія Харків : Діа плюс, 2016. 192 с.
4. Дайс Р., Хеннеберри Р. Цифровой маркетинг для чайников. Санкт-Петербург: Диалектика 2019. 400 с.
5. Роулс Д. Мобильный маркетинг: М.: Олимп-Бизнес, 2016. 320 с.

6. Полусмакова Н.С. Тенденции и перспективы развития инновационного маркетинга [Текст]. / Н.С. Полусмакова, Н.А. Вихлянцева. //Иновации. – 2019. № 6. 47-53 с.

7. 2021 Social Media Marketing Industry Report URL: <https://www.socialmediaexaminer.com/social-media-marketing-industry-report-2021/> (дата звернення: 20.12.2021)

8. 2020 B2B Content Marketing Benchmarks, Budgets, and Trends URL: https://contentmarketinginstitute.com/wp-content/uploads/2019/10/2020_B2B_Research_Final.pdf (дата звернення: 20.12.2021)

Бібліографічні описи/Библиографические описания/Bibliographic descriptions

Сучасні тренди та переваги цифрового маркетингу / А.О. Шутенко // Електронна збірка наукових праць «Е-КОНОМІКА». – Х. :НТУ «ХПИ». – 2021. - № 1(5). – С. 12-15

Современные тренды и преимущества цифрового маркетинга / А.А. Шутенко // Электронный сборник научных работ «Е-КОНОМІКА». - Х. : НТУ «ХПИ». - 2021. - № 1(5). - С.12-15

Current trends and benefits of digital marketing / A.O. Shutenko // Electronic collection of scientific papers "E-CONOMICS". – Kharkiv : NTU "KhPI". - 2021. - № 1(5). -Р. 8-11

Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

Шутенко Анастасія Олексіївна – студентка, Харківський національний університет радіоелектроніки, e-mail: anashu001@gmail.com

Шутенко Анастасія Алексеевна – студентка, Харьковский национальный университет радиоэлектроники, e-mail: anashu001@gmail.com

Shutenko Anastasia Alekseevna – student, Kharkiv National University of Radio Electronics, e-mail: anashu001@gmail.com

Посилання на статтю / Reference to the journal article:

СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТА ПЕРЕВАГИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ [Електронний ресурс] / А.О. ШУТЕНКО // «Е-КОНОМІКА». Електронна збірка наукових праць. – 2021. – № 1 (5). – С. 12-15. – Режим доступу до журн.: <http://e-conomics.hpi.kh.ua/index.php/journal/article/view/82>