

DIGITAL-MАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Т. В. ЯНЧУК, канд. екон. наук, доцент
А. С. ДЕНИСОВА, здобувач вищої освіти
другого (магістерського) рівня
Донецький національний університет імені Василя Стуса
21021, вул. 600-річчя, 21, Вінниця, Україна
denysova.a@donnu.edu.ua

Цифровий маркетинг створює можливості для розвитку успішного бізнесу таким чином, який раніше був неможливий для малих компаній, і стає все більш важливим джерелом конкурентної переваги як на ринку B2B, так і на ринку B2C. Існуюча література показує, що цифровізація в усіх її варіантах пов'язана зі зростанням, продуктивністю та конкурентоспроможністю бізнесу.

Основні канали digital-маркетингу [1]:

– SEO маркетинг – оптимізація сайту (сторінок) для пошукових мереж х метою вводу матеріалів на перші позицій під конкретними запитами. Складність SEO-маркетингу полягає в тому, що Google часто оновлює свої алгоритми, тому необхідно уважно стежити за всіма показниками сайту та вносити відповідні корективи до своєї стратегії.

– Email-маркетинг - це спосіб просування продуктів чи сервісів через email розсилки. Email маркетинг є топовим інструментом digital media, здатним не лише залучати та утримувати клієнтів, а й підвищувати лояльність до бренду.

– PPC - рекламна модель, що працює в інтернеті, де рекламодавець розміщує рекламу на сайтах, і сплачує їхнім власникам за натискання користувачем на розміщений банер (текстовий або графічний) або «тіло» документа. Таким чином рекламодавець купує собі клієнтів в інтернеті [2].

– Контент-маркетинг - інструмент по залученню нових клієнтів і комунікації з ними через поширення корисного контенту. Серед основних інструментів контент-маркетингу можна виділити публікації у блогах, подкасти, навчальні відео, інфографіка, чек-листи тощо.

– SMM-маркетинг - це використання соціальних платформ як каналів для просування бренду, збільшення цільової аудиторії, залучення трафіку на сайт та підвищення продажів.

– Партнерський маркетинг - цей напрямок прийшов до інтернету з офлайну, та ґрунтується на тому, що ви отримуєте комісію за розповідь на своєму сайті про товари або послуги, які пропонуються вашими партнерами.

– Вхідний маркетинг - це сукупність інструментів інтернет-просування, що використовуються для привернення уваги аудиторії до продукту без використання нав'язливої реклами.

– Мобільний маркетинг - це комплекс маркетингових заходів, спрямованих на залучення цільової аудиторії за допомогою мобільних гаджетів: через мобільні версії сайтів, SMS-повідомлення, соцмережі, додатки, ігри тощо.

– Відеомаркетинг - це формат передачі рекламної інформації через відео. Серед елементів відеомаркетингу можна назвати демонстраційні відео, інтерв'ю фахівців у ніші, відеовідгуки, брендові ролики, анімаційні ролики тощо [1].

Варто також зазначити переваги та недоліки використання digital-маркетингу для розвитку підприємства [3]. Переваги цифрового маркетингу включають:

– Глобальне охоплення – веб-сайт дозволяє вам знаходити нові ринки та торгувати по всьому світу за невеликі інвестиції.

– Нижча вартість – належним чином спланована та добре націлена цифрова маркетингова кампанія може охопити потрібних клієнтів за значно нижчою ціною, ніж традиційні маркетингові методи.

– Результати, які можна відстежувати, вимірювати – вимірювання вашого онлайн-маркетингу за допомогою веб-аналітики та інших інструментів онлайн-метрики полегшує визначення ефективності вашої кампанії. Ви можете отримати детальну інформацію про те, як клієнти використовують ваш веб-сайт або реагують на вашу рекламу.

– Персоналізація - якщо ваша база даних клієнтів пов'язана з вашим веб-сайтом, тоді щоразу, коли хтось відвідує сайт, ви можете вітати їх цільовими пропозиціями. Чим більше вони купують у вас, тим більше ви можете покращити свій профіль клієнта та ефективно продавати їм.

– Відкритість - Залучаючись до соціальних медіа і ретельно керуючи ними, ви можете завоювати лояльність клієнтів і створити репутацію легкого спілкування.

– Покращені коефіцієнти конверсії - якщо у вас є веб-сайт, ваші клієнти завжди залишаються лише за кілька кліків до здійснення покупки. На відміну від інших інструментів, які вимагають від людей встати і зателефонувати або піти в магазин, цифровий маркетинг може бути бездоганним і миттєвим.

Деякі з недоліків і проблем цифрового маркетингу, про які вам слід знати, включають:

– Навички та підготовка - потрібно переконатися, що ваші співробітники мають потрібні знання та досвід для успішного проведення цифрового маркетингу. адже

– Затратність по часу – такі завдання, як оптимізація рекламних онлайн-кампаній і створення маркетингового контенту, можуть займати багато часу.

– Висока конкуренція – хоча ви можете охопити глобальну аудиторію за допомогою цифрового маркетингу, ви також маєте протистояти глобальній конкуренції. Виділитися серед конкурентів і привернути увагу серед багатьох повідомлень, спрямованих на споживачів в Інтернеті, може бути складним завданням.

– Скарги та відгуки - Будь-які негативні відгуки чи критику вашого бренду можуть бачити ваша аудиторія через соціальні мережі та веб-сайти з відгуками, що може негативно вплинути на репутацію компанії.

– Проблеми з безпекою та конфіденційністю – існує ряд юридичних міркувань щодо збору та використання даних клієнтів для цілей цифрового маркетингу.

У підсумку варто зазначити, що цифровий маркетинг має світле майбутнє для довгострокової стійкості продукту чи послуг на поточному технологічному ринку з усіма його перевагами та недоліками.

Список використаних джерел:

1. Digital-маркетинг: основні поняття та інструменти. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/digital-marketing-cho-eh-to> (дата звернення 19.10.2022).

2. What Is PPC? Learn the Basics of Pay-Per-Click (PPC) Marketing. URL: <http://www.wordstream.com/ppc> (дата звернення 19.10.2022).

3. Advantages and disadvantages of digital marketing/ URL: <https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/advantages-and-disadvantages-digital-marketing> (дата звернення 20.10.2022).