

УДК 658.8.012.45:339.137

DOI:10.5281/zenodo.11846168

**С.Ю. Кулакова**, канд. екон. наук, доц. (НУПП, Полтава)

**Я.А. Красун**, здоб. ОС «магістр» (НУПП, Полтава)

**Д.В. Тетерук**, здоб. ОС «магістр» (НУПП, Полтава)

## **РОЛЬ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ТОВАРІВ НА ЄВРОПЕЙСЬКИХ РИНКАХ**

В епоху цифрових технологій і глобалізації українські компанії стикаються з новими викликами та можливостями на європейських ринках.

Цифровий маркетинг став не просто трендом, а необхідним інструментом для виживання і процвітання на конкурентних ринках. Це дослідження розкриває питання використання цифрового маркетингу українськими компаніями для підвищення своєї конкурентоспроможності в Європі, надаючи реальні кейси успіху та конкретні рекомендації.

Цифровий маркетинг в Україні, хоч і відстає від західних країн, проте досить швидко розвивається. За даними PwC (міжнародна мережа компаній, що пропонує професійні послуги у сфері менеджмент-консалтингу та аудиту), 60% українських компаній активно використовують цифрові інструменти, але ще мають простір для вдосконалення. Це створює велику можливість для українських підприємств, які прагнуть освоїти європейські ринки [1].

SEO (пошукова оптимізація) та PPC (оплата за клік) реклама є фундаментальними інструментами цифрового маркетингу. Розглянемо приклад «Rozetka», провідного українського онлайн-ретейлера.

Вихід на польський та німецький ринки був би значно складнішим без стратегічного підходу до SEO та PPC. Компанія змогла підвищити свою видимість у пошукових системах на 30%, що безпосередньо вплинуло на зростання трафіку і продажів [3].

SEO дозволяє компаніям органічно залучати клієнтів за рахунок підвищення видимості у пошукових системах. Використання релевантних ключових слів, створення якісного контенту та оптимізація сайту під вимоги пошукових алгоритмів допомагають підвищити позиції сайту у результатах пошуку.

PPC-реклама, з іншого боку, дозволяє швидко залучити цільову аудиторію за рахунок таргетованих рекламних оголошень. Ці дві

стратегії, працюючи в тандемі, можуть значно підвищити впізнаваність бренду та обсяги продажів [2].

Соціальні мережі стали потужним інструментом взаємодії з клієнтами. Компанія «АВК» використовує Facebook та Instagram для просування своєї продукції, орієнтуючись на європейську аудиторію. Вони створюють контент, який резонує з місцевими споживачами, що допомогло збільшити обсяги продажів на 25% за рік. Це демонструє, як правильно вибудована стратегія SMM може підняти бренд на новий рівень [4].

Соціальні мережі дозволяють будувати більш особисті та емоційні зв'язки зі своєю аудиторією. Використовуючи візуальний контент, відео та інтерактивні елементи, компанія створює залучення та лояльність до бренду. Крім того, швидка реакція на відгуки клієнтів підвищує їхню задоволеність та довіру до бренду.

Електронна пошта залишається потужним інструментом для утримання клієнтів. "Нова пошта" впровадила персоналізовані email-кампанії, що підвищило повторні замовлення на 15%. Це приклад того, як правильне використання email-маркетингу може зміцнити зв'язки з клієнтами та підвищити їх лояльність [5].

Персоналізовані email-кампанії дають можливість пропонувати клієнтам саме те, що вони хочуть, в потрібний час. Використовуючи дані про поведінку клієнтів та їхні уподобання, компанія створює цільові пропозиції, які підвищують ймовірність повторних покупок.

Автоматизація email-маркетингу також дозволяє зекономити час та ресурси, забезпечуючи постійну комунікацію з клієнтами без додаткових зусиль.

Контент-маркетинг допомагає залучити та інформувати споживачів. Український стартап «Petcube» створює високоякісний контент для блогу та соціальних мереж, що дозволило їм розширити свою присутність на європейських ринках. Завдяки цьому, їх продажі зросли на 40% за два роки. Це доводить, що контент, який надає цінну інформацію та розважає, може ефективно привернути увагу нових клієнтів і утримати існуючих [6].

Створення контенту, який відповідає інтересам та потребам цільової аудиторії, допомагає будувати довіру до бренду та позиціонувати компанію як експерта у своїй галузі. Регулярний випуск якісного контенту також покращує SEO-показники, що сприяє зростанню органічного трафіку. Крім того, контент-маркетинг дозволяє будувати довгострокові відносини з клієнтами, залучаючи їх на різних етапах покупки.

Аналітика великих даних дозволяє компаніям глибше розуміти споживчі потреби і поведінку. «SoftServe» використовує ці інструменти для персоналізації маркетингових кампаній. Завдяки цьому вони змогли підвищити ефективність своїх маркетингових зусиль на 20%, що показує важливість аналітичного підходу в сучасному маркетингу [7].

Використання аналітичних інструментів дозволяє компаніям збирати та аналізувати величезні обсяги даних, що надає глибокі інсайти про поведінку та уподобання клієнтів.

Це допомагає адаптувати свої маркетингові стратегії до потреб ринку, підвищуючи ефективність рекламних кампаній та оптимізуючи маркетингові бюджети. Крім того, аналітика даних дозволяє відстежувати ефективність маркетингових активностей у режимі реального часу, що дозволяє швидко вносити корективи та покращувати результати.

Цифровий маркетинг надає потужні інструменти для підвищення конкурентоспроможності українських товарів на європейських ринках. Використання ефективних стратегій та інструментів, таких як SEO, PPC, SMM, email-маркетинг та контент-маркетинг, а також аналітика великих даних, допоможе українським компаніям значно покращити свої позиції на міжнародних ринках.

Реальні кейси успіху демонструють, що правильно вибудована стратегія цифрового маркетингу може стати ключовим фактором у досягненні бізнес-цілей на європейських ринках.

### Інформаційні джерела

1. Офіційний сайт PwC Україна. URL: <https://www.pwc.com/ua/uk.html>
2. Суворова, С.Г., і Ю.М. Карпенко. 2023. Вплив цифрового маркетингу на підвищення конкурентоспроможності вітчизняного бізнесу. Економічний простір, вип. 184 (Квітень), 164-68. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/184-29>.
3. Офіційний сайт «Rozetka». URL: <https://rozetka.com.ua/ua/pages/about/>
4. Офіційний сайт «ABK». URL: <https://www.avk.ua/ua/uk/company/about>
5. Офіційний сайт «Нова пошта». URL: [https://novaposhta.ua/o\\_kompanii/nova\\_poshta\\_u\\_sviti](https://novaposhta.ua/o_kompanii/nova_poshta_u_sviti)
6. Офіційний сайт «Petcube». URL: <https://petcube.com/about-us/>
7. Офіційний сайт «SoftServe». URL: <https://www.softserveinc.com/uk-ua/about-us>