

поширенням цифрових технологій, міжнародна електронна торгівля стає визначальним інструментом забезпечення економічної стабільності бізнесу та країни загалом.

Література:

1. Vasylytsiv T.G., Mulska O.P., Levytska O.O., Lupak R.L., Semak B.B., Shtets T.F. Factors of the Development of Ukraine's Digital Economy: Identification and Evaluation. *Science and innovation*. 2022. № 18(2). P. 44-58.

2. Pyash O., Lupak R., Kravchenko M., Trofymenko O., Duliaba N., Dzhadan I. A forecasting model for assessing the influence of the components of technological growth on economic security. *Business: Theory and Practice*. 2022. Vol. 23. Issue 1. P. 175-186.

3. Lupak R., Shtets T., Vasylytsiv T. General aspects of state policy to ensure the digital transformation of the national economy. *International independent scientific journal*. 2020. № 20. Vol. 2. P. 14-19.

4. Pyash O., Lupak R., Dzhadan I., Kolishenko R. Assessing Structural Components of Investment and Innovation Provision of Economic Security in the Basic Types of Economic Activity. *Journal of Economy Culture and Society*. 2021. № 63. С. 17-37.

ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Македон В.В., доктор економічних наук, професор,
Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8131-0235>

У сучасному світі, який характеризується стрімким розвитком цифрових технологій та зростаючою конкуренцією на ринку, роль цифрового маркетингу в стратегічному розвитку підприємств стає все більш визначальною. Пандемія COVID-19 ще більше прискорила цифровізацію бізнес-процесів, змусивши компанії з усіх галузей переглянути свої маркетингові стратегії та адаптуватися до нової реальності онлайн-взаємодій з клієнтами. Цифровий маркетинг пропонує підприємствам безпрецедентні можливості для залучення та утримання клієнтів, дозволяючи створювати більш персоналізовані та ефективні комунікаційні стратегії. Використання інструментів цифрового маркетингу, таких як SEO, контент-маркетинг, email-маркетинг, та маркетинг у соціальних мережах, стає ключовим

фактором успіху в цифрову епоху [5]. Однак, з огляду на швидкі зміни у технологіях та поведінці споживачів, компанії стикаються з викликом постійно оновлювати та адаптувати свої маркетингові стратегії, щоб залишатися конкурентоспроможними.

В епоху цифрової трансформації, коли інтернет стає все більш інтегрованим у наше повсякденне життя, інструменти цифрового маркетингу відіграють ключову роль у розвитку та успіху підприємств. Цифровий маркетинг дозволяє компаніям ефективно взаємодіяти зі своєю цільовою аудиторією, адаптуватися до їх потреб та вподобань, а також залучати нових клієнтів, використовуючи різноманітні онлайн-платформи та технології. Розглянемо детальніше основні інструменти цифрового маркетингу, що є невід'ємною частиною стратегії сучасного підприємства.

1. Пошукова оптимізація (SEO). SEO є фундаментальним інструментом цифрового маркетингу, який дозволяє оптимізувати вебсайт таким чином, щоб він займав високі позиції в пошукових системах за ключовими запитами. Це забезпечує збільшення органічного трафіку на сайт, підвищення видимості бренду та, відповідно, зростання продажів. Враховуючи постійні зміни алгоритмів пошукових систем, SEO вимагає регулярного аналізу та адаптації стратегій [1].

2. Контент-маркетинг. Контент-маркетинг зосереджений на створенні та розповсюдженні цінного, відповідного та послідовного контенту, щоб залучити та утримати чітко визначену аудиторію. Якісний контент не тільки допомагає підвищити лояльність клієнтів, але й сприяє збільшенню конверсії. Блоги, відео, інфографіки, електронні книги – все це може бути частиною ефективної стратегії контент-маркетингу.

3. Email-маркетинг. Незважаючи на появу нових каналів комунікації, email-маркетинг залишається одним з найефективніших інструментів цифрового маркетингу. Він дозволяє не тільки інформувати клієнтів про новини та акції, але й налагоджувати персоналізовані комунікації, підвищуючи таким чином залученість та лояльність клієнтів [2].

4. Маркетинг у соціальних мережах. Соціальні мережі є потужним інструментом для залучення клієнтів та побудови відносин з ними. Використання платформ, як-от Facebook, Instagram, LinkedIn, дозволяє підприємствам розширювати свою цільову аудиторію, збільшувати впізнаваність бренду, а також залучати та утримувати клієнтів через взаємодію та вміст, спеціально адаптований під кожну платформу.

5. Аналітика та автоматизація. Для максимізації ефективності цифрового маркетингу важливо використовувати аналітичні та автоматизаційні інструменти. Аналітика дозволяє вимірювати успішність кампаній, розуміти поведінку користувачів та оптимізувати маркетингові стратегії. Автоматизація, в свою чергу, допомагає ефективно управляти маркетинговими процесами, зменшуючи ручну працю та підвищуючи продуктивність.

У сучасному динамічному бізнес-середовищі, де цифрові технології еволюціонують з неймовірною швидкістю, здатність підприємства адаптуватися та розвивати стратегії цифрового маркетингу є ключовим фактором його успіху. Розвиток та адаптація стратегій цифрового маркетингу не тільки сприяє збільшенню досяжності бренду та залученню нових клієнтів, але й дозволяє підприємству залишатися конкурентоспроможним у постійно змінюваному цифровому ландшафті.

Успішна стратегія цифрового маркетингу починається з розуміння цілей бізнесу. Визначення конкретних, вимірних цілей дозволяє підприємству сфокусуватися на важливих аспектах своєї цифрової присутності та адаптувати свої зусилля для досягнення бажаних результатів. Наприклад, якщо метою є збільшення онлайн-продажів, стратегія може включати оптимізацію вебсайту для конверсії, розробку цільових рекламних кампаній у соціальних мережах та використання email-маркетингу для залучення та утримання клієнтів.

Інновації є ще одним важливим елементом розвитку стратегій. Підприємства мають постійно шукати нові та креативні способи для взаємодії зі своєю аудиторією, використовуючи останні технологічні досягнення, такі як штучний інтелект, віртуальна реальність, чат-боти тощо, щоб створити унікальний та запам'ятовуваний досвід для користувачів [4].

Вплив цифрового маркетингу на бізнес-ландшафт є безперечним, проте швидкі зміни у цифровому середовищі вимагають від маркетологів постійної адаптації та інноваційного підходу. Розглянемо ключові виклики та очікувані тренди у майбутньому цифрового маркетингу.

Виклики цифрового маркетингу. Захист даних та приватність користувачів. Одним з найбільших викликів сьогодні є забезпечення конфіденційності користувачів у світі зростаючих занепокоєнь щодо захисту персональних даних. Законодавчі ініціативи, такі як GDPR в Європі, ставлять перед маркетологами завдання не тільки дотримуватися юридичних вимог, але й зберігати довіру своїх клієнтів.

Насиченість ринку. Сьогоднішній ринок переповнений рекламними повідомленнями. Виділитися серед конкурентів та привернути увагу цільової аудиторії стає все складніше. Тому маркетологам необхідно розробляти креативні та інноваційні кампанії, що справді резонують з інтересами та потребами їхньої аудиторії.

Технологічні зміни. Швидкий розвиток технологій, таких як штучний інтелект, машинне навчання, великі дані та блокчейн, вносить свої корективи у стратегії цифрового маркетингу. Маркетологи повинні не тільки встигати за технологічними трендами, але й вміло їх інтегрувати у свої кампанії [3].

Майбутнє цифрового маркетингу. Персоналізація на новому рівні. Завдяки розвитку технологій аналізу даних та штучного інтелекту, майбутнє цифрового маркетингу обіцяє перейти на новий рівень персоналізації. Компанії зможуть створювати ультра-персоналізовані пропозиції та повідомлення, які будуть максимально відповідати потребам та інтересам кожного клієнта.

Цифровий маркетинг відкриває перед підприємствами безліч можливостей для розвитку та зростання. Використання основних інструментів цифрового маркетингу, таких як SEO, контент-маркетинг, email-маркетинг, маркетинг у соціальних мережах, а також аналітика та автоматизація, може суттєво підвищити ефективність онлайн-присутності підприємства, залучити нових клієнтів та зміцнити позиції на ринку.

Література:

1. Коломицева О.В., Васильченко Л.С., Пепчук С.М. Маркетингові комунікації підприємства: стратегічні вектори розвитку в епоху цифрової економіки: монографія. М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси: видавець Гордієнко Є.І., 2022. 455 с.

2. Македон В.В., Байлова О.О. Планування і організація впровадження цифрових технологій в діяльність промислових підприємств. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2023. Випуск 47. С. 16-26. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2023-47-3>

3. Мельниченко О.О. Роль маркетингових інновацій у підвищенні конкурентоспроможності підприємства. *Modern Economics*. 2023. № 41. С. 79-85. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V41\(2023\)-12](https://doi.org/10.31521/modecon.V41(2023)-12)

4. Формування та управління брендинговими технологіями підприємств регіону в умовах євроінтеграції: монографія / колектив авторів за загальною редакцією д.е.н., проф. А.А. Вдовічена. Чернівці : Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ, 2023. 108 с.

5. Vdovichena O. (2017). Application of modern brand management strategies on the Internet. *European Journal of Economics and Management*, vol. 3, issue 6, pp. 66-75.