

Гулька В.І., магістр спец. 075 "Маркетинг",

к.е.н., доц.Бєлова Т.Г.

Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

ПЕРЕВАГИ ЗАСТОСУВАННЯ DIGITAL-MАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Стрімкий розвиток технологій, мінливих потреб споживачів та високої конкуренції на ринку фактично диктує нові умови ведення підприємницької діяльності. Комерційні підприємства змагаються за прихильність споживачів покращуючи сервіс надання послуг, якість товарів, відкриваючи нові маркетингові інструменти та застосовуючи передові маркетингові технології. В сучасному, досить турбулентному ринковому середовищі постійний пошук інноваційних підходів стає необхідною складовою діяльності компаній для розвитку, утримання інтересу споживачів та завойовування прихильності нових клієнтів до своїх продуктів та послуг. Швидкість підхоплення та впровадження нових тенденцій, методів впливу на споживачів та застосування перспективних методів просування продуктів та послуг визначають рівень конкурентоспроможності підприємств. Компанії, яким вдається випередити інших, здобувають лідерство на ринку та високі прибутки [1].

Швидкий темп розвитку інтернет-технологій, появи гаджетів, проникнення їх в життя суспільства, а також важливість персоналізованого підходу до кожного окремого споживача та виявлення його справжніх потреб стали причиною стрімкого розвитку digital-маркетингу. Даний вид маркетингу передбачає просування товарів та послуг компаній через цифрові носії. Digital-маркетинг – це певний стратегічний комплекс маркетингових заходів, який характеризується контактуванням зі споживачами онлайн та оффлайн за допомогою цифрових каналів для просування бренду компанії, його товарів та послуг на ринку. Застосування digital-маркетингу в діяльності підприємств має низку переваг:

- забезпечує постійну «присутність» в житті споживачів, нагадуючи про себе через різні канали комунікації. Дозволяє охопити онлайн і оффлайн споживачів, які користуються сучасними гаджетами: мобільними телефонами, планшетами, персональними комп'ютерами, грають в ігри та завантажують додатки;

- дозволяє інтегрувати велику кількість різних новітніх технологій (соціальні мережі, мобільні пристрої, CRM-системи) з просуванням, продажами та наданням якісного сервісу кінцевим споживачам;

- дає можливість збирати велику кількість даних про потенційних споживачів. Адже, практично всі дії користувачів в цифровому середовищі фіксуються аналітичними системами. Це відкриває можливість глибокого вивчення потреб споживачів для якісного їх задоволення;

- дає змогу забезпечити безперервну комунікацію зі споживачами та отримувати зворотній зв'язок для подальшого покращення якості наданих послуг;

- дозволяє вдало поєднувати технології та людські ресурси, підтримуючи їх необхідний баланс, відповідно до потреб цільової аудиторії та особливостей продукту;

- дозволяє оцінювати та аналізувати ефективність маркетингових заходів, корегувати їх відповідно до отриманих результатів та тенденцій на ринку.

Digital-маркетинг – це гнучкий комплексний вид маркетингової діяльності, за яким вже активно працюють передові підприємства. Варто зазначити, що його гнучкий підхід дозволяє залучати аудиторію, як з інтернет простору до місць продажу, так і навпаки. Наприклад, за допомогою використання QR-коду на рекламному щиті можна перевести потенційного споживача на сайт чи сторінку в соціальній мережі компанії, чи завдяки email-розсилці можна направити користувача на офлайн-семінар чи захід [2].

Зараз найпопулярнішими маркетинговими методами для просування товарів та послуг компанії є відео-контент, комунікація зі споживачами за

допомогою месенджерів (переважно Telegram) та створення особистого бренду.

Популярність відео-контенту зростає останнім часом завдяки легкості подачі інформації та своїй інтерактивності. Месенджери, які максимально адаптовані для повсякденного використання (спілкування, читання корисної і цікавої інформації), стали зручним середовищем для просування бренду через публікацію якісного, корисного, а головне, унікального контенту.

Ще одним перспективним маркетинговим інструментом є особистий бренд. Він передбачає просування через впізнавану харизматичну особистість. Такий засіб просування допомагає створити кращий зв'язок з цільовою аудиторією, допомагаючи споживачам зрозуміти і оцінити належним чином те, що створює компанія, розгледівши бренд крізь унікальну особу.

Отже, підсумовуючи вищезазначене варто відмітити, що правильне та своєчасне застосування перспективних маркетингових рішень надають підприємствам вагому конкурентну перевагу та неоціненну допомогу в реалізації товарів. Застосування digital-маркетингу дозволяє комплексно та ефективно взаємодіяти з цільовою аудиторією через цифрові канали, а слідування останнім тенденціям методів просування товарів та послуг на ринку дозволяють компаніям завойовувати прихильність користувачів.

Література:

1. Васильців Н.М., Рожко Н.Я. Сучасні тренди digital-маркетингу. Мукачівський Державний Університет. 2018. №15. с. 232-236. URL : http://economyandsociety.in.ua/journal/15_ukr/36.pdf
2. Рубан В. Цифровий маркетинг: роль та особливості використання. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2017. Вип. 2-2 (08). С. 20-25.

