

УДК 339.13

Бриняк Дмитро

Brynyak Dmytro

Науковий керівник: к.е.н., доцент Піняк І.Л.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ТЕНДЕНЦІЇ ОНЛАЙН-МАРКЕТИНГУ

ONLINE MARKETING TRENDS

Є багато нових тенденцій і стратегій в сфері цифрового маркетингу, які розвиваються в сучасній високотехнологічній, пов'язаній з Інтернетом епосі, і підприємствам тепер необхідно використовувати їх, щоб досягти успіху в їх зусиллях, тому що те, що спрацювало в минулому році, може не працювати в майбутньому. Розглянемо основні тенденції, які неминуче визначають майбутнє онлайн-маркетингу.

1. Відеоконтент. Маркетинг через відео контент був домінуючою тенденцією в минулому році і такою залишиться. Перевагами даного виду цифрового маркетингу є привабливість для споживача через залучення зорових і слухових відчуттів, та можливість подання інформації через цікаву розповідь. Фактично, 50% інтернет-користувачів шукають відео, пов'язані з продуктом або послугою, перед відвідуванням магазину.

2. Маркетинг впливу. Ще одна тенденція, яка добре зарекомендувала себе, і в найближчі роки тільки буде рости в популярності. Споживачі схильні довіряти думкам і рекомендаціям про продукти, коли вони надходять від відомих людей. Здатність знаходити правильних впливових осіб, особливо тих, хто відповідає ніші, яку займає підприємство на ринку, визначає успіх кампанії.

3. Штучний інтелект і чатботи. ШІ може аналізувати поведінку споживачів і моделі пошуку, використовуючи дані з соціальних медіа-

платформ і повідомлень в блогах, щоб допомогти компаніям зрозуміти, як користувачі і клієнти знаходять свої продукти і послуги.

Чатботи – це технологія на основі штучного інтелекту використовує обмін миттєвими повідомленнями для чату в режимі реального часу, вдень або вночі, з клієнтами або відвідувачами сайту. Багато клієнтів вважають за краще взаємодіяти з чатботами, оскільки вони чуйні, швидко дають відповіді, точно згадують всю історію покупок і ніколи не втрачають терпіння. Ці віртуальні помічники пропонують відмінне обслуговування клієнтів, задоволення очікувань клієнтів і автоматизацію повторюваних завдань, що означає, що виробники можуть зосередитися на більш важливій роботі.

4. Програми для обміну соціальними повідомленнями. Додатки для обміну соціальними повідомленнями можуть бути дуже корисні при відправці повідомлень клієнтам безпосередньо, оскільки вони дозволяють персоналізувати комунікацію (ще одна тенденція) і підвищити цінність для користувачів.

5. Візуальний пошук. Використовуючи візуальний пошук користувачі можуть завантажувати зображення для проведення пошуку і отримання більш конкретних результатів. Замість того, щоб вводити запити в пошукову систему, клієнт може безпосередньо шукати зображення, знаходити схожі продукти, порівнювати ціни, знаходити місця продажів та інше.

6. Мікромоменти. Люди витрачають в середньому 3 години 35 хвилин на свої смартфони кожен день, і в 2019 року мобільні пристрої стануть середовищем, яке займає найбільше хвилин в нашому житті.

Micro-Moments - це «нова споживча техніка», яка забезпечує чітке і стисле маркетингове повідомлення таким чином, щоб це представляло інтерес для споживачів - все це протягом декількох секунд.