

УДК 339.138

**Свергун Михайло**

**Sverhun Mykhailo**

Науковий керівник: к.е.н., доцент О.І.Краузе

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

**СУЧАСНІ ТРЕНДИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ**  
**MODERN TRENDS OF INTERNET MARKETING**

В епоху розвитку інформаційних технологій постійно зростає популярність інтернет-мережі, а кількість інтернет-користувачів збільшується щодня. Підприємствам доводиться змінювати свої маркетингові стратегії і доповнювати їх новими інструментами маркетингу відповідно до вимог сучасності. Інтернет-маркетинг – це маркетингова діяльність, заснована на принципах інтернету та електронної пошти, що охоплює рекламу за допомогою банерів, електронної пошти, оптимізації в пошукових системах, електронну комерцію та інші інструменти [1, с. 77].

На сьогодні, спостерігаються такі основні тренди інтернет-маркетингу:

1. Реклама в соціальних мережах. Сьогодні надзвичайної популярності набув SMM або маркетинг в соціальних мережах, який орієнтований на просування продукції та бренду в соціальних медіа, де контент спрямований на взаємодію з іншими користувачами.

2. Активніше використання смартфонів. Все частіше люди шукають інформацію, скачують, купують товари в Інтернеті через смартфон. За різними даними, показник мобільного трафіку на комерційних сайтах вже зараз становить від 30 до 50%, що є досить значним показником.

В Контент-маркетинг. Обов'язковим напрямом діяльності сучасної компанії є використання контент-маркетингу в мережі Інтернет, для збільшення кількості потенційних споживачів та впізнаваності бренду.

Контент має бути різним: фото, відео, статті та інше, і поширюється він через електронну пошту, соціальні мережі, месенджери та інше.

- Чат-боти і месенджери. Це приклад досягнення в галузі штучного інтелекту та програмування дозволяють людям миттєво отримувати відповіді на свої запити. Найпопулярнішими мережами залишаються Viber, Telegram. За допомогою мобільних месенджерів бізнес може вирішувати такі маркетингові завдання, як підтримка клієнтів, упізнаваність, трафік, залучення клієнтів та продаж [2, с. 201].

Відео-контент. Актуальними є такі тенденції: живе відео – інтерв'ю, демонстрація товару; шопінг-відеоконтент – можливість покупця купити товару напряму через відео, натиснувши на картинку та відео 360 градусів.

Нові методи впливу на рішення. Для власників комерційних сайтів значно зросла важливість наявності контенту з оглядами й оцінками, створені, щоб допомогти потенційним клієнтам прийняти правильне рішення.

Комплексність стратегії. Щоб інтернет-маркетинг був максимально ефективним, зусилля маркетологів повинні бути спрямовані в усіх напрямках: контент, зручність перегляду, зворотній зв'язок та інше.

Отже, в умовах жорсткої конкуренції підприємству стає важче виділити свій продукт серед товарів конкурентів. Тому інтернет-маркетинг є важливим інструментом для розвитку бізнесу, оскільки допомагає залучити потенційних покупців, ознайомити їх з товаром та збільшити прибуток.

**Перелік посилань:** 1) Турчин Л., Островерхов В. Сучасні тренди інтернет маркетингу. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. – 2019, Вип. 24.- С. 75-85.; 2) Райс Е., Траут Дж. Маркетингові війни. Харків: Вид-во «Ранок» : Фабула, 2019. – 240 с.