

23-24 листопада 2022 року,  
Тернопіль, ТНТУ

**УДК: 339.1**

**Олена Ковальчик**

Тернопільський національний технічний університет імені І.Пулюя, Україна

**Олена Берестецька, к.е.н.**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

## **СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ DIGITAL-MARKETINGУ**

**Olena Kovalchuk**

Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ukraine

**Olena Berestetska. PhD**

Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ukraine

## **MODERN TOOLS OF DIGITAL-MARKETING**

Сьогодні цифрова економіка потужно впливає на розвиток економіки країни через збільшення як чисельності користувачів Інтернет, так і збільшення видів її інструментів. Зокрема суб'єкти господарювання активно використовують інструменти digital-маркетингу для просування своєї продукції та налаштування дієвих комунікацій зі стейкхолдерами та цільовою аудиторією. Digital-маркетинг, на думку вчених (1), це інтерактивний маркетинг, який передбачає застосування цифрових технологій і каналів (а, отже, включає інтернет-маркетинг). Саме на сучасних інструментах digital-маркетингу, який є частиною цифрової економіки, зосереджується наше дослідження. Які його інструменти справляють вагомий вплив на бізнес зараз і будуть продовжувати його найближчим часом?

У 2021 році загальносвітова кількість користувачів Інтернету складала близько 4,9 мільярда. За оцінками Statista (2), кількість інтернет-користувачів продовжує зростати і досягне рівня 5 млрд у 2023 році. Очікується, що до 2025 року кількість користувачів Інтернету досягне майже 5,6 млрд. Враховуючи, ще 1,5 мільярда користувачів соцмереж по всьому світу, ми отримуємо цифровий ринок, яким потрібно скористатися онлайн-компаніям або тому бізнесу, який ще не перейшов на цифрову платформу.

Щодо України, то згідно досліджень проведених у 2022 року (3) зафіксовано, що на травень-червень в Україні на неокупованій території знаходилося приблизно 22,1 млн громадян у віці 14-70 років, з яких близько 19 млн користуються інтернетом. Відзначимо, якщо у березні українці стали читати більше новин (із 20 найпопулярніших сайтів 7 — це суспільно-політичні ЗМІ, та ще 2 ресурси умовно-новинні: Youtube і Телеграм), то у квітні-травні ситуація змінилась, трафік новинних сайтів став падати, натомість більше уваги отримали е-commerce-сайти.

Крім того, дані дослідження, яке провів Київський міжнародний інститут соціології (КМІС) 13-18 травня 2022 року (4), показують, що

приблизно 82% опитаних користується інтернетом хоча б раз на тиждень, з них 78% щодня чи майже щодня, найчастіше використовують інтернет українці віком від 18 до 49 років. Щодо інтернет-покриття, наявного в Україні до березня 2022 року, то його рівень у нас був на рівні інших країн Східної Європи - 86% (у 2021 році було 82%). Отже, можна стверджувати, що цифровий ринок в Україні також є значущим.

Використання digital-маркетингу для розвитку бізнесу, незалежно, чи це новий стартап, чи він працює вже деякий час, має наступні переваги. Саме digital-маркетинг допомагає бізнесу визначити потрібну аудиторію шляхом збору даних, які забезпечують знання своєї аудиторії та того, що потрібно для взаємодії з нею. За допомогою цифрового маркетингу можна перетворити зацікавлених споживачів на клієнтів, підвищити їхню лояльність, а також підвищити довіру до бренду.

Наведемо основні інструменти та напрями digital-маркетингу, які потрібно врахувати на 2023 рік і найближчу перспективу (5).

#### 1. Форми для збору даних.

Створення та регулярне використання форми для початкового збору даних (Gathering zero-party data) допомагає дізнатися інформацію від клієнтів, яка може вплинути на наступний продукт або послугу компанії.

#### 2. Маркетинг електронною поштою (Email marketing).

89% маркетологів використовують цей інструмент для залучення потенційних клієнтів. Оскільки майже кожен споживач має обліковий запис електронної пошти, це робить доступним для компаній зв'язок зі своїми клієнтами. Що стосується запуску продуктів, корисно використовувати списки передплатників електронною поштою, щоб охопити існуючих клієнтів і тих, хто, можливо, зареєструвався, але ще нічого не купив. Електронні листи про запуск продукту для малого бізнесу можуть допомогти значно збільшити прибуток за час, який часто є критичним для нової компанії.

#### 3. Платформи обміну повідомленнями в реальному часі (Real-time messaging platforms).

Цей інструмент також можна використовувати для збору даних, оскільки споживачі хочуть отримати все якомога швидше. Тому це гарна можливість швидкого й прямого зв'язку з клієнтами та збору даних. Ці платформи обміну повідомленнями в реальному часі можуть стати центром/базами даних, де можна зберігати все, що потрібно, щоб зрозуміти більше про клієнтів компанії, ніж раніше.

#### 4. Інфлюенсерський маркетинг (Influencer marketing).

На даний момент цей інструмент відповідає за отримання в середньому 5,20 доларів США за кожен 1 долар, витрачений на нього і продовжить розвиватися протягом наступного року. Те, що раніше використовувалося невеликою кількістю маркетологів, тепер використовується майже всім цифровим бізнесом. Вплив деяких впливових осіб через Tiktok to, Instagram чи YouTube або компаній, які співпрацюють із цими

користувачами, може дати гарну рентабельність інвестицій. Але компанії повинні бути обережними, вибираючи, який тип впливових осіб потрібен для їх бренду. Основна помилка – це вибір неправильних людей, які не мають відповідної аудиторії чи охоплення.

#### 5. Чат-боти (Chatbots).

Цей інструмент digital-маркетингу присутній на великій кількості веб-сайтів для покращення взаємодії з користувачем. Чат-боти допомагають малим підприємствам і тим, хто не працює цілий день, відповідати на запити та спілкуватися з клієнтами, яким може знадобитися допомога в неробочий час. Згідно з Drift, багато веб-сайтів зараз використовують це у своєму бізнесі, а чат-боти є каналом комунікації бренду, який найшвидше розвивається.

#### 6. Постредагування машинного перекладу (МТРЕ - machine translation post-editing).

Оскільки більшість онлайн-контенту написано англійською мовою, це обмежує аудиторію. Більшість користувачів, для яких англійська не є рідною, використовують онлайн-інструменти перекладу, які можуть неправильно перекласти зміст. Але завдяки швидкому розвитку та доступності машинного перекладу (МТ) поступово зростає створення багатомовного контенту. Однак при використанні МТ часто виявляються ті самі недоліки, що й в онлайн-інструментах перекладу. З цієї причини постредагування машинного перекладу, широко відоме як МТРЕ, є ефективним, оскільки воно поєднує передові технології та навички перекладачів-носіїв для створення багатомовного контенту, який точно передає маркетингове повідомлення та уникає помилок.

#### **Перелік використаної літератури:**

1. Мельник Л. Г., Дериколенко А. О. Інструменти digital-маркетингу як засіб просування продукції вітчизняних промислових підприємств. Ефективна економіка. 2020. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7707> (дата звернення: 7.11.2022).
2. URL: <https://mind.ua/news/20219912-kilkist-internet-koristuvachiv-u-sviti-dosyagla-48-mlrd> (дата звернення: 9.11.2022).
3. URL: <https://cases.media/article/digital-v-ukrayini-2022-trendi-ukrayinskogo-internetu-ta-vpliv-viini> (дата звернення: 9.11.2022).
4. Користування інтернетом серед українців (2022) URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1115&page=1> (дата звернення: 8.11.2022).
5. The Next 8 Big Digital Marketing Trends in 2023 (2022) URL: <https://ecommercefastlane.com/the-next-8-big-digital-marketing-trends-in-2023/> (дата звернення: 8.11.2022).