УДК 339.138:004.67 Радинська С.С.

*студентка 2 курсу Університет інформаційних*

*технологій та менеджменту*

*м. Жешув, Польща*

Радинський С.В.

 *кандидат економічних наук*

*доцент кафедри економіки та фінансів*

*Тернопільський національний технічний університет*

*імені Івана Пулюя м. Тернопіль, Україна*

**Сучасні тренди цифрового маркетингу**

У сучасних умовах глобальної цифровізації маркетингові стратегії зазнають суттєвих трансформацій, зумовлених активним впровадженням новітніх технологій, зміною поведінкових моделей споживачів та зростанням конкуренції у віртуальному середовищі. Взаємодія підприємств із цільовою аудиторією все більше орієнтується на використання штучного інтелекту, аналітики великих даних, автоматизації маркетингових процесів і персоналізованого контенту, який дозволяє підвищити ефективність комунікацій та адаптивність бізнесу до динамічних ринкових умов. Важливу роль відіграють стратегії омніканального маркетингу, які інтегрують різні цифрові платформи для забезпечення безперервної та персоналізованої взаємодії зі споживачами, сприяючи підвищенню рівня їхньої лояльності та залученості. Розвиток соціальних медіа, програмованої реклами, голосового пошуку та інтерактивного контенту формує нові можливості для брендів у створенні унікального користувацького досвіду і виступає ключовим чинником їх конкурентоспроможності.

Таким чином, сучасні тренди цифрового маркетингу спрямовані на поєднання інноваційних технологій, глибокої персоналізації та адаптації до швидкоплинних змін споживчих уподобань, які вимагають від бізнесу гнучкості та стратегічного підходу до управління маркетинговими комунікаціями.

Сьогодні під дефініцією «цифровий маркетинг» розуміють комплексну систему стратегій, інструментів і технологій, спрямованих на просування товарів, послуг або брендів у цифровому середовищі з використанням інтернет-ресурсів, мобільних платформ, соціальних медіа, пошукових систем, електронної пошти та інших онлайн-каналів комунікації.

Основною метою цифрового маркетингу є забезпечення ефективної взаємодії зі споживачами через персоналізований підхід, аналіз їхньої поведінки та впровадження інноваційних рішень для підвищення залученості й конверсії. Впровадження в маркетинговій діяльності цифрових технологій дозволяє підприємствам збільшити конверсію, кількість відвідувачів веб-сайту, підвищувати імідж як самого підприємства, так і його товарів, та активізувати продажі. Цьому сприяють анімаційні- або відеоролики, обмін фотографіями (зображеннями), використання соціальних мереж та блогерів [1].

Сучасні підходи до цифрового маркетингу базуються на використанні великих даних, штучного інтелекту, машинного навчання та автоматизації процесів, що дозволяє значно покращити таргетинг та адаптацію маркетингових стратегій відповідно до динамічних змін ринку. Важливою складовою цифрового маркетингу є омніканальна інтеграція комунікацій, яка забезпечує безперервний та цілісний користувацький досвід, сприяючи формуванню довготривалих відносин між брендом і клієнтами.

Відповідно, цифровий маркетинг, в свою чергу, є всеосяжним поняттям i характеризується наступними аспектами [2]:

* всебічний підхід до просування організації та її продукції, що включає як онлайн, так і оффлайн взаємодію з цільовою аудиторією;
* інтеграція різноманітних інформаційних технологій та інструментів, таких як веб-сайт організації, соціальні мережі, мобільні додатки, Big Data, чат-боти;
* забезпечення безперервного зв’язку між роздрібною торгівлею та кінцевим споживачем;
* ефективне поєднання інформаційних технологій та людських ресурсів відповідно до потреб споживачів;
* гнучка та швидка реакція на зміни в потребах клієнтів;
* індивідуалізований підхід до кожного споживача.

На сучасному етапі важливою умовою розвитку системи цифрового маркетингу є розрізнення та інтегрування його сучасних трендів в господарську діяльність та процеси підприємства. Серед сучасних трендів у науковій літературі розрізняють [3]: інтегрування штучного інтелекту у маркетинг; створення унікального контенту, рекламних кампаній та пропозицій, що базуються на реальній поведінці користувачів у режимі реального часу (гіперперсоналізація); маркетинг у стрімінгових сервісах (Netflix, YouTube, Spotify, Disney+ та Amazon Prime); соціальна комерція на платформах типу Tik Tok; оптимізація пошуку за допомогою голосових запитів; інтерактивний та імерсивний контент; використання даних у реальному часі для прийняття рішень; розширення використання чат-ботів та автоматизація; розвиток аудіомаркетингу та голосових додатків.

Сучасні тренди цифрового маркетингу спрямовані на підвищення ефективності взаємодії з аудиторією завдяки використанню новітніх технологій та персоналізованих підходів. Інтеграція штучного інтелекту дозволяє автоматизувати маркетингові процеси, аналізувати поведінку споживачів та прогнозувати їхні потреби, а гіперперсоналізація забезпечує створення унікального контенту та пропозицій у режимі реального часу. Маркетинг у стрімінгових сервісах і соціальна комерція сприяють залученню нових аудиторій через популярні цифрові платформи, тоді як голосовий пошук та аудіомаркетинг адаптують рекламні стратегії до змін у поведінці користувачів. Використання інтерактивного та імерсивного контенту розширює можливості залучення, а автоматизація маркетингових процесів через чат-боти та аналіз даних у реальному часі підвищує швидкість і точність ухвалення рішень.

Загалом, інтеграція цих трендів у господарську діяльність підприємств сприяє їхній конкурентоспроможності, ефективнішому залученню споживачів та підвищенню рівня персоналізації маркетингових комунікацій.

**Список використаних джерел**

1. Романенко Л.Ф. Цифровий маркетинг: сутність та тенденції розвитку. *Scientific Notes of Lviv University of Business and Law*. 2019. №*23*. С. 80-84.

2. Бондаренко В. М., Омельяненко О. В. Цифровий маркетинг сьогодення: переваги та недоліки. *Економіка та суспільство.* 2024. Вип. 67. URL : https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4681/4623 (дата зверенння до ресурсу 27.03.2025 року)

3. Найцікавіші 10 трендів у маркетингу на 2025 рік. URL : https://csr.moderntown.org/trendi-marketinga-2025/?utm\_source=google&utm\_medium=cpc-Tuluko-trendi-2025-ukr=22231464364&utm\_term=digital%20marketing%20%D1%86%D0%B5&gad\_source=1&gclid=CjwKCAjw7pO\_BhAlEiwA4pMQvNcZbRU9IlbXnikoMrEOeHQXzg9te1lIUFb9oIfSiOFsgb5ktKhviRoCJocQAvD\_BwE (дата зверенння до ресурсу 27.03.2025 року)