

СЕКЦІЯ
«СУЧАСНІ УПРАВЛІНСЬКІ ПРОЦЕСИ У КОНТЕКСТІ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ТА ПРОСТОРОВИХ ЗМІН»

УДК 339.138

Баник Соломія

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя (Україна)

SEO ТА ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ

Banyk Solomiya

Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Ternopil (Ukraine)

SEO AND DIGITAL MARKETING

SEO та цифровий маркетинг є фундаментальними елементами сучасного бізнесу, що визначають ефективність просування компаній у цифровому середовищі. Пошукова оптимізація (SEO) спрямована на покращення видимості веб-сайтів у пошукових системах, що безпосередньо впливає на органічний трафік та конверсію. Основними факторами SEO є правильний підбір ключових слів, оптимізація структури сайту, швидкість завантаження сторінок та адаптація для мобільних пристроїв. Контент-маркетинг відіграє важливу роль у SEO, оскільки якісний та релевантний контент сприяє залученню користувачів та покращенню позицій у пошуковій видачі.

Лінкбілдинг є важливим аспектом SEO, оскільки отримання якісних зворотних посилань підвищує авторитетність сайту. Технічний SEO включає правильну структуру URL, налаштування XML-карти сайту та використання hreflang-тегів для мультифункціонального контенту. Локальне SEO допомагає підприємствам займати вищі позиції у місцевому пошуку завдяки оптимізації Google My Business та використанню картографічних сервісів. Аналітика є важливим інструментом у SEO, оскільки дозволяє оцінювати ефективність пошукової оптимізації за допомогою таких платформ, як Google Search Console, Google Analytics та Ahrefs. Водночас цифрова реклама, включаючи контекстні оголошення в Google Ads, ретаргетинг та PPC-кампанії, допомагає швидко залучати нових клієнтів та збільшувати конверсію.

Соціальні мережі відіграють важливу роль у цифровому маркетингу, оскільки активність у Facebook, Instagram, TikTok та LinkedIn сприяє зростанню впізнаваності бренду та залученню аудиторії. Використання інфлюенсер-маркетингу та таргетованої реклами дозволяє ефективно взаємодіяти з потенційними клієнтами.

Сучасні тенденції у SEO та цифровому маркетингу включають використання штучного інтелекту, автоматизацію аналізу даних, голосовий пошук та алгоритми машинного навчання, що значно підвищують ефективність маркетингових стратегій. Додатково, важливим аспектом є персоналізація контенту та маркетингових кампаній. Використання штучного інтелекту та алгоритмів машинного навчання дозволяє аналізувати поведінку користувачів та пропонувати їм релевантний контент. Також варто враховувати вплив відеомаркетингу на SEO. Відеоконтент стає все більш популярним, а платформи, такі як YouTube, TikTok та Instagram Reels, активно використовуються для залучення аудиторії. Таким чином, комплексний підхід до SEO та цифрового маркетингу дозволяє бізнесу ефективно адаптуватися до змін у цифровому середовищі, підвищувати видимість у пошуку, залучати нових клієнтів та забезпечувати довгострокову конкурентоспроможність.

Окрім основних аспектів SEO та цифрового маркетингу, важливо враховувати вплив штучного інтелекту та автоматизації на маркетингові процеси. Використання AI-алгоритмів дозволяє аналізувати поведінку користувачів, персоналізувати контент та

прогнозувати ефективність рекламних кампаній. Машинне навчання допомагає оптимізувати пошукові запити, покращувати таргетинг та автоматизувати процеси контент-маркетингу. Також варто звернути увагу на роль відеомаркетингу у SEO. Відеоконтент стає все більш популярним, а платформи, такі як YouTube, TikTok та Instagram Reels, активно використовуються для залучення аудиторії. Оптимізація відео для пошукових систем, правильне використання ключових слів у заголовках та описах, а також інтеграція відео у веб-сайти сприяють підвищенню видимості бренду. Крім того, важливим аспектом є голосовий пошук, який набирає популярності завдяки розповсюдженню голосових асистентів, таких як Google Assistant, Siri та Alexa. Оптимізація контенту для голосового пошуку передбачає використання природної мови, довгих ключових фраз та локальних запитів.

Важливу роль у цифровому маркетингу відіграє інтеграція соціальних мереж із SEO. Активність у Facebook, Instagram, LinkedIn та Twitter сприяє зростанню впізнаваності бренду, залученню нових клієнтів та підвищенню авторитетності сайту. Використання інфлюенсер-маркетингу та таргетованої реклами дозволяє ефективно взаємодіяти з аудиторією. Окрім цього, варто враховувати вплив мобільної оптимізації на SEO. Зростання використання смартфонів змушує компанії адаптувати свої сайти до мобільних пристроїв, забезпечуючи швидке завантаження сторінок, зручну навігацію та оптимізацію для мобільних пошукових систем.

Таким чином, сучасний SEO та цифровий маркетинг включають не лише традиційні методи оптимізації, а й новітні технології, такі як штучний інтелект, відеомаркетинг, голосовий пошук та мобільна адаптація. Комплексний підхід до цих аспектів дозволяє бізнесу ефективно адаптуватися до змін у цифровому середовищі, залучати нових клієнтів та забезпечувати довгострокову конкурентоспроможність.

Штучний інтелект стає невід'ємною частиною сучасного SEO та цифрового маркетингу. Використання AI-алгоритмів допомагає аналізувати поведінку користувачів, персоналізувати контент і прогнозувати ефективність рекламних кампаній. Машинне навчання дозволяє оптимізувати пошукові запити, покращувати таргетинг і автоматизувати контент-маркетинг, що значно підвищує ефективність цифрових стратегій. Це відкриває нові можливості для бізнесу, дозволяючи швидше адаптуватися до змін у цифровому середовищі та забезпечувати конкурентну перевагу.

Список використаних джерел:

1. Автоматизація економічного контролю на сучасних підприємствах. *Фінанси України*. 2022. № 4. URL: <https://finance.ua>
2. Коваленко В.В. Економічний контроль і аудит: Навчальний посібник. К.: Центр навчальної літератури, 2019. 284 с.
3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16.07.1999 № 996-XIV (зі змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua>
4. KPMG. Внутрішній контроль та управління ризиками: рекомендації для бізнесу. URL: <https://home.kpmg/ua>
5. Шведа Н., Краузе О. Трансформація бізнес-моделей в умовах цифрової економіки. *Соціально-економічні проблеми і держава* (електронний журнал). 2023. Вип. 1 (28). С. 86- 94. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2023/23snmute.pdf>
6. Шведа Н.М., Краузе О.І. Електронна комерція: сучасний стан та стратегії розвитку. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія: «Економічна науки». 2024. Вип. 2 (82). URL: <https://www.inter-nauka.com/archive/archive-of-issues-ekonomika>
<https://doi.org/10.25313/2520-2294-2024-2-963>