

**Токар Є. М.**

*студентка 3 курсу факультету торгівлі та маркетингу;*

**Чуніхіна Т. С.,**

*кандидат економічних наук, доцент,*

*доцент кафедри маркетингу;*

*Державний торговельно-економічний університет, м. Київ*

## **ІНСТРУМЕНТИ DIGITAL МАРКЕТИНГУ У РЕКЛАМНІЙ КАМПАНІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Digital маркетинг в наш час стає більш вагомою складовою маркетингової стратегії для рекламної кампанії підприємства. Тим паче при швидкому розвитку технологій та зміною поведінки споживачів, такий спосіб має позитивний та негативний вплив на думку та світогляд покупця.

Більшість людей шукають інформацію про продукти та послуги в інтернеті. Це означає, що якщо про компанію немає інформації в Інтернеті, то це піддає сумніву та призводить до втрати великої кількості потенційних клієнтів.

Digital маркетинг – це динамічна та постійно зростаюча сфера, головним ресурсом інформації якої є онлайн-канали [1]. Завдяки цим ресурсам простіше просувати продукти, послуги та бренди. Доступність та масштабність – ось головні пріоритети при виборі таких інструментів в маркетинговій стратегії не в залежності від розмірів компанії та галузі. *Основні задачі digital маркетингу:*

- Збільшити впізнаваність вашого бренду;
- Збільшити продажі;
- Залучити нових клієнтів;
- Підвищити лояльність клієнтів.

Цей вид маркетингу передбачає багато способів взаємодії з цільовою аудиторією, таких як SEO, PPC, SMM, Email-маркетинг та інші. Великий вплив має пошукова оптимізація сайту, тобто SEO (Search Engine Optimization). Стратегія SEO – це спосіб оптимізації веб-сайту для пошукових систем, таких як Google. Це допоможе веб-сайту з'являтися вище в результатах пошуку, що призведе до більшої кількості трафіку. Адже в більшості випадку потенційний клієнт дивиться першу сторінку пошуку, а переходить за посиланням перших двох ресурсів. Це перший показник, на який треба звернути увагу, те як виглядає це посилання, те як виглядає сам сайт, його властивості та функціональність, який контент висвітлюється на сайті.

PPC (Pay-Per-Click) реклама, вид залучення потенційних клієнтів, за допомогою переходу по оголошенню та сплати сервісу, який розмістив оголошення, за кожного хто клацає по посиланню. SMM (Social Media Marketing) - це використання соціальних мереж, таких як Facebook, Instagram і Twitter, задля просування та інформування про свій бренд та продукт або послугу [4]. Це чудовий спосіб комунікації з аудиторією та побудови міцного зв'язку.

Ще один цікавий інструмент digital маркетингу є email-маркетинг – виходячи з назви, відправлення email-повідомлень клієнтам або потенційних

клієнтів з метою нагадування або зацікавити звернутися саме до цієї компанії та придбати їх послугу, а не в іншому місці. Зазвичай використовуються для стимуляції повторних продажів. Найефективніше є персональні пропозиції, саме продукти на які звернув увагу клієнт або додав до кошику, але не завершив покупку. Немаленьку частину займає контент-маркетинг – це створення потенційно привабливаного контенту, який приверне увагу до продукції та компанії [3]. Впливає на репутацію компанію та при гарно побудованому плану та стилю викладання медіа продуктів, приверне увагу цільової аудиторії та збільшить попит на продукцію. За допомогою такого інструмента, дозволить вести більш інформативний контент задля вирішення більшості питань, які з'являються при використанні продукції чи послуги.

Не треба забувати про мобільний маркетинг, за статистикою *Digital 2024 Global Statshot* - 96,5% користувачів інтернет використовують телефони, а ноутбуки або комп'ютери використовують 61,8% [2]. Тому акцентуючи увагу на оптимізацію додатків або реклами до мобільних пристроїв задля комфортного користування та привертання уваги аудиторії.

Незмінним інструментом є партнерський маркетинг, так як є ефективним засобом збільшення цільової аудиторії та знаходження потенційних клієнтів. В першу чергу партнерський маркетинг – це співпраця з іншими компаніями, інколи це називають кооперація. Цікавий засіб для просування продуктів і послуг. Також масовим рекламним засобом є реклама на банерах, на такі рекламні оголошення є ефективний спосіб привернути більшої кількості аудиторії та збільшити впізнаваність бренду.

Вибір правильних інструментів digital маркетингу для вашого бізнесу залежить від цілей, бюджету та цільової аудиторії.

Важливо використовувати комплексний підхід до digital маркетингу. Це означає використовувати різні інструменти та канали для просування та виконання поставлених маркетингових цілей.

Як висновок digital маркетинг – це потужний інструмент, який може допомогти компаніям просувати свою продукцію чи послугу, але не треба забувати важливість швидкоплинності сучасних трендів та змін поведінки споживачів.

### Список використаних джерел

1. Oksana I. Prodius, DEcon, Associate Professor Інструменти digital-маркетингу у комплексному просуванні. *Economics*. URL: <https://economics.net.ua/ejopu/2022/No1/56.pdf>
2. DIGITAL 2024 GLOBAL OVERVIEW REPORT. *Datareportal*. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>
3. Ткаченко А. Digital-маркетинг для бізнесу. *Wezom*. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/digital-marketing-6-preimuschestv-dlja-biznesa>
4. Шевченко А. Що таке digital-маркетинг: основи, канали та інструменти. *Wizaclub*. URL: <https://wizeclub.education/blog/shho-take-digital-marketing-osnovi-kanali-ta-instrumenti/>