

Людмила ГОРБАТЮК

к.е.н., доцент кафедри економіки, маркетингу та підприємництва

Вероніка ДАОЛАТЗАЙ

здобувачка першого (бакалаврського) рівня

освітньо-професійної програми Маркетинг,

Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

lyudmyla.gorbatyuk@ukr.net

ПОНЯТТЯ ТА ОСНОВНІ ПЕРЕВАГИ DIGITAL-MARKETINGУ

CONCEPTS AND MAIN ADVANTAGES OF DIGITAL MARKETING

Цифрові технології являються невіддільною частиною життя сучасної людини. Кожен з нас все більше часу проводить за мобільними телефонами, планшетами та ноутбуками. Білл Гейтс говорив: «Якщо вас немає в Інтернеті, значить, вас немає в бізнесі» [5]. І це правда.

Цифрові технології – це електронні інструменти, пристрої та ресурси, які обробляють генерують або зберігають дані [1]. У сучасному світі значна поширеність цифрових технологій впливає на маркетинг та рекламу. Перехід від традиційних технологій маркетингу до цифрових, використання штучного інтелекту та аналізу даних для розробки стратегії персоналізації, змінили маркетинговий ландшафт.

Протягом останніх років відбувається трансформація маркетингу. Діджитал-маркетинг – це поєднання різних тактик просування послуг і товарів та ефективної взаємодії з клієнтами в цифровому середовищі [5]. Окрім інтернет-каналів просування та продажів товарів, він включає рекламу на телебаченні та радіо, SMS-розсилки та білборд-маркетинг.

Уперше термін «digital-маркетинг» з'явився у 90-х роках ХХ століття, раніше появи найпопулярнішого пошукового сервісу Google. Відтоді воно суттєво розширилося. У перекладі з англійської digital – це цифровий, тому нерідко даний тип маркетингу називають ще й так [6].

Цифровий маркетинг надає велику різноманітність точок дотику цільової аудиторії з брендом та його контентом. Завдання для брендів полягає в тому, щоб спілкуватися з клієнтами через усі ці пристрої в режимі реального часу та створювати кампанії, які працюють у соціальних мережах, медійній рекламі та електронній комерції. Таке спілкування брендів з людьми в реальному часі під час взаємодії з веб-сайтами та мобільними додатками змінило природу маркетингу.

В digital -середовищі існує велика кількість каналів просування: соціальні мережі, вебсайти, мобільні застосунки, цифрове телебачення, інтерактивні екрани, digital-гаджети, POS-термінали, PlayStation, Xbox, інші ігрові консолі. Маркетологи наголошують, що зовсім необов'язково використовувати всі доступні канали digital-маркетингу відразу. Адже це призведе до значного збільшення витрат бюджету. Іноді застосування лише деяких каналів сприятиме підвищенню

лояльності до бренду та збільшенню кількості клієнтів. У виборі каналу основну роль має відігравати комунікаційна стратегія компанії.

Основні переваги та недоліки цифрових технологій у маркетингу наведено в табл. 1.

Таблиця 1 – Основні переваги та недоліки цифрових технологій у маркетингу

№ п/п	Переваги	Недоліки
1.	Економічна ефективність	Гостра конкуренція
2.	Широке охоплення цільової аудиторії	Постійно зміна технологій
3.	Автоматизація	Значні інвестиції в цифрові ресурси
4.	Точний збір даних	Негатив у споживача пов'язаний з неправильним підходом
5.	Адаптивність	Залежність від інтернету
6.	Велика кількість способів зв'язку з клієнтами	Недовіра до інтернету
7.	Відстежувальні вимірювані результати	
8.	Довгостроковий вплив	

Джерело: сформовано авторами на основі [2; 3; 5]

Аналіз табл. 1 свідчить, про **незаперечні переваги** застосування цифрових технологій у маркетингу, які не дозволяють втрачати позиції популярності та актуальності протягом років. Зокрема: економічна ефективність, пов'язана з більш широким охопленням цільової аудиторії, автоматизація, точний збір даних, велика кількість способів зв'язку з клієнтами, довгостроковий вплив.

Отже, digital-маркетинг являється однією з головних рушійних сил бізнесу у XXI столітті. На відміну від традиційного маркетингу, він дає можливість збирати й аналізувати дані про результати просування товарів, коригувати маркетингову стратегію, підвищувати її ефективність. Усі його методи та інструменти доступні практично кожному та характеризуються легкістю у використанні. Маркетологи наголошують, про величезний потенціал digital-маркетинг в досягненні високих результатів. Тому його роль надалі буде тільки посилюватися.

Список використаних джерел

1. Цифрові технології. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/> (дата звернення: 10.10.2023).
2. Digitalization in Marketing – Role, Impact & Examples. URL: <https://www.marketingtutor.net/digitalization-in-marketing/> (дата звернення: 12.10.2023).
3. 10 Benefits of Digital Transformation in 2023. URL: <https://www.digital-adoption.com/digital-transformation-benefits/> (дата звернення: 12.10.2023).
4. What is decentralized finance (DeFi) URL: <https://www.kraken.com/uk-ua/learn/what-is-decentralized-finance-defi> (дата звернення: 12.10.2023).
5. Digital-маркетинг: основні поняття та інструменти. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/digital-marketing-cho-cho> (дата звернення: 15.10.2023).
6. Digital-маркетинг: у ногу з технологічним прогресом URL: <https://fractus.com.ua/uk/blog/korysni-statti/marketyng/digital-marketing-u-nogu-z-tehnologichnim-progresom/> (дата звернення: 17.10.2023).