

УДК: 339.138

**Вероніка ЗЛАТОВА**

*студентка 3 курсу ННІМБ, спеціальність «Менеджмент»,  
Одеський національний морський університет  
veronika2v5v@gmail.com*

**Ольга АФАНАСЬЄВА**

*к.е.н., доцент кафедри «Менеджмент і маркетинг»,  
Одеський національний морський університет  
olga-af@ukr.net*

## **МАРКЕТИНГ У ЦИФРОВУ ЕПОХУ: ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ОТРИМАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ**

### **MARKETING IN THE DIGITAL AGE: LEVERAGING TECHNOLOGY FOR COMPETITIVE ADVANTAGE**

Цифровий маркетинг включає всі маркетингові заходи, які використовують Інтернет. До них належать цифрові канали, такі як пошукові системи, електронна пошта, веб-сайти, соціальні мережі, які можна використовувати для зв'язку з поточними та потенційними клієнтами [4].

У цифрову епоху, де Інтернет і мобільні телефони стали частиною нашої щоденної рутини, цифровий маркетинг вибухнув як найпотужніший та ефективний спосіб взаємодії з клієнтами. Обсяг е-маркетингу не обмежується традиційною рекламою, а став набагато ширшою платформою для підприємств у спілкуванні зі своєю цільовою аудиторією.

Веб-маркетинг став необхідною частиною сучасного бізнесу в технологічному кліматі сьогодення. Фактично, 92 % споживачів регулярно використовують Інтернет, і більше половини проводить дослідження товару перед прийняттям рішення про покупку [4].

Е-маркетинг дозволяє брендам звертатися до споживачів на соціальних медіа-платформах, де вже відбуваються розмови. Він також дозволяє компаніям збирати інформацію про свою аудиторію та реакції на їхню продукцію через онлайн-опитування та інші форми маркетингових досліджень [3].

Використання цифрового маркетингу надає компаніям конкурентну перевагу – унікальну цінну пропозицію, яка виділяє фірму серед конкурентів і зближує з клієнтами. Ця перевага може ґрунтуватися на різних факторах, таких як ідентичність бренду, клієнтський досвід, якість вмісту, інновації, аналіз даних. Багато організацій, особливо стартапи або малі підприємства, все ще схильні використовувати традиційні способи маркетингу. Однак разом із стратегіями цифрового маркетингу, що швидко розвиваються у світі, бізнес повинен адаптуватися до цих стратегій, щоб отримати хорошу конкурентну перевагу.

До переваг цифрового маркетингу в отриманні конкурентної переваги також можна віднести [2]:

1. Глобальне охоплення. Методи цифрового маркетингу відкривають бізнесу можливість торгувати ефективно по всьому світу. В міжнародному розширенні

бізнесу веб-маркетинг відіграє ключову роль у реалізації нових маркетингових стратегій, спрямованих на підвищення усвідомленості про бренд у глобальному масштабі.

2. Можливість вимірювання результатів. Відмінною особливістю цифрового маркетингу є можливість вимірювати його результати. Це дозволяє аналізувати ефективність маркетингових стратегій та визначати можливості для поліпшення на основі попередніх результатів.

3. Зменшення маркетингових витрат. Хоча багато компаній вважають, що цифровий маркетинг дорожчий, насправді він може зменшити загальні витрати на маркетинг та рекламу завдяки своїй глобальній доступності та різноманітності стратегій.

4. Покращені коефіцієнти конвертації. Цифровий маркетинг, включаючи веб-сайти, спрощує процес прийняття рішення клієнтами щодо покупки, забезпечуючи можливість здійснення покупки всього за кілька кліків. Це надає конкурентну перевагу у порівнянні з підприємствами, які розраховані на прямий продаж.

5. Прозорість. У світі високих технологій споживачі бажають бути добре інформованими про продукти та послуги, перш ніж здійснювати покупку. Інтернет дозволяє їм знати, що про компанію думають її поточні клієнти, і наскільки прозорим є бізнес. Це допомагає підприємствам бути видимими для своїх клієнтів і потенційних клієнтів, а ця видимість та прозорість стають важливими елементами конкурентної переваги.

Впровадження та інтеграція цифрового маркетингу в діяльність організації потребує попередньої планової розробки. План цифрового маркетингу – це посібник, який допоможе прийняти рішення щодо своєї присутності в Інтернеті, маркетингових зусиль і зростання. Хороший план цифрового маркетингу окреслить цілі компанії, як вона планує досягти цих цілей і які кроки необхідно зробити для цього. Перш ніж створювати стратегію, важливо зрозуміти масштаби та характер бізнесу.

Першим кроком у створенні ефективного плану цифрового маркетингу є розуміння того, як клієнти приймають рішення про покупку. Потрібно знати, які канали є найважливішими для конкретної галузі, хто відноситься до аудиторії та що вона шукає.

Створення ефективного плану також означає визначення чітких цілей і розробку реалістичних часових рамок для їх досягнення. А потім визначення пріоритетів своєї діяльності, щоб вони відповідали цим цілям. Тільки так можна отримати конкретні результати від прикладених зусиль [3].

На сучасному етапі можна виділити такі інструменти цифрового маркетингового середовища, які можуть сприяти зростанню та успіху бізнесу, якщо вони виконуються ефективно [1]:

1. Маркетинг контенту. Створювати цінний вміст і просувати його через цифрові канали, такі як статті, відео, електронні книги та вебінари, для залучення аудиторії та отримання лідів.

2. Маркетинг в соціальних мережах. Використовувати соціальні мережі для зв'язку з великою аудиторією та спільнотою. Кожна платформа потребує

унікальної стратегії.

3. Пошукова оптимізація (SEO). Оптимізація онлайн контенту для підвищення видимості та користувацького досвіду, використовуючи ключові слова, зворотні посилання та інші елементи SEO.

4. Платна реклама. Застосовувати платну рекламу в соціальних мережах та пошукових системах для привертання нової аудиторії та аналізу результатів.

5. Маркетинг впливу. Співпрацювати з впливовими особами, щоб залучити їхню аудиторію та проводити різні кампанії.

6. Email-маркетинг. Використовувати персоналізований вміст та інструменти автоматизації для залучення аудиторії через email.

Наприклад, компанія «Adidas» успішно впровадила в свою діяльність стратегію електронного маркетингу, використовує сучасні технології та персоналізацію. Вони створюють електронні листи з динамічним контентом, використовуючи штучний інтелект, які враховують мову, місцезнаходження, інтереси та історію покупок одержувача. Ця стратегія спонукає клієнтів відкривати нові продукти та спортивні ініціативи, підвищуючи залученість та кількість кліків. Такий підхід допомагає «Adidas» залучати та утримувати клієнтів, надаючи їм індивідуальні та релевантні пропозиції [1].

Цифровий маркетинг – ключ до глобального охоплення ринків, що відкриває безмежні можливості для бізнесу. Він допомагає брендам дістатися до клієнтів по всьому світу, аналізувати та вдосконалювати свої стратегії завдяки вимірюванню результатів, зменшувати витрати на рекламу та маркетинг, спрощувати процес покупки для клієнтів і забезпечувати більшу прозорість та видимість бренду. Всі ці переваги дозволяють підприємствам здобути конкурентну перевагу в сучасному конкурентному бізнес-середовищі, де Інтернет грає важливу роль.

### ***Список використаних джерел***

1. Clodagh O'Brien. What are the most effective digital marketing strategies? | digital marketing institute. Digital Marketing Institute. URL: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/what-are-the-most-effective-digital-marketing-strategies> (дата звернення: 18.10.2023).
2. Digital Marketing and competitive advantage: H&D Creations Pvt Ltd. URL: <https://www.hndcreations.com/digital-marketing-and-competitive-advantage/> (дата звернення: 17.10.2023).
3. Learning how to create a competitive marketing strategy. M&G Speed Marketing Ltd. URL: <https://speed.cy/how-to-create-a-competitive-digital-marketing-strategy> (дата звернення: 17.10.2023).
4. Simplilearn. Top 14 benefits of digital marketing | digital marketing benefits 2024. Simplilearn.com. URL: <https://www.simplilearn.com/digital-marketing-benefits-article> (дата звернення: 16.10.2023).