





# **ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ КОМУНІКАЦІЙ СУЧАСНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ**



Вячеслав ТКАЧУК  
доцент кафедри  
фінансів та цифрової  
економіки

# ПЛАН ЛЕКЦІЇ

- 01** РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ.
- 02** СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГУ, ЯКІ ПІДПРИЄМСТВО ЗАСТОСОВУЄ У ЦИФРОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ.
- 03** ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ІНСТРУМЕНТІВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ.

# КЛЮЧОВІ СЛОВА

Ключові слова: діджиталізація бізнес-процесів, інтернет-маркетинг, інтернет-середовище, інструменти цифрового маркетингу.

# Середовище маркетингових досліджень

- спрощується завдяки стрімкому поширенню Інтернету;
- прогресує завдяки стрімкому поширенню Інтернету;
- споживач стає ближчим до виробника та продавця,
- формуються умови для налагодження ефективного зворотного зв'язку.



01

# ЗА ДОПОМОГОЮ ІНТЕРНЕТУ ТА ІНТЕРНЕТ-СЕРЕДОВИЩА

---

## Сучасна людина може:

- навчатися,
- працювати,
- розважатися,
- вибирати та придбавати необхідні товари,
- оплачувати їх та отримувати практично в будь-якій точці земної кулі,
- продавати свій продукт – матеріальний та інтелектуальний.

## Підприємство має змогу на:

- швидкий та прямий зворотний зв'язок від споживача;
- необмежену географію популяризації власної продукції;
- формування цільової аудиторії та її розширення;
- вийти на міжнародний економічний простір.

## READ MORE

- простотою створення контенту, швидкістю поширення інформації, безкоштовними канали розповсюдження інформації;
- можливістю охопити ширшу аудиторію споживачів з більш «прицільним» таргетуванням, нижчими трансакційними та операційними витратами;
- інтерактивністю – прямою контрольованою взаємодією з потенційним клієнтом; скороченням часу на пошук партнерів по бізнесу і здійснення угод;
- відсутністю фізичного, географічного та мовного обмеження бізнесу;
- оперативним кількісним вимірюванням ефективності маркетингових інструментів.

*internet-marketing*  
&  
*his tools*

•••• *more*

- індивідуалізація та персоналізацією пропозиції, побудова міцних довгострокових партнерських взаємодій з клієнтами;
- управління позитивним клієнтським досвідом (взаємодіями між клієнтом та компанією), що дозволяє підвищити задоволеність та лояльність клієнтів та забезпечити стабільність доходів;
- зростання соціальної відповідальності компаній;
- можливість залучити споживача у створення бренда та підвищення його цінності;
- гіпермедійність, яка дозволяє представляти контент у вигляді тексту, графіків, діаграм, фото, аудіо-відеоанімації.





# ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ

*– це маркетинг товарів і послуг, методи та технології якого передбачають застосуванням цифрових інструментів на всіх етапах взаємодії і з споживачами. Цифровий маркетинг передбачає*

## СТРАТЕГІЯ

- управління репутацією
- впізнаваність бренду.
- прийняття рішень на основі відгуків клієнтів, які оцінюються компанією і потім засвоюються;

## АКЦЕНТ

- повна презентація послуг: споживач спочатку вражений типом приманки, наступним кроком буде презентація йому повного набору конкретної вихідної пошукової інформації;

## НАПРЯМИ

- комунікація – ключовий елемент, оскільки конкретний монолог ініційованих компанією рекламних кампаній усувається і діалог встановлюється за допомогою соціальних платформ;



Ключовий механізм реалізації завдань інтернет-маркетингу є **власний веб-сайт підприємства**

---

**Пошуковий маркетинг** – комплекс заходів, що спрямовані на забезпечення підвищення відвідуваності сайту користувачами.

---

**Інтернет-реклама** реалізується за багатьма напрямками, серед яких:

- банерна реклама
  - контекстна реклама
- 

**E-mail маркетинг** – спосіб просування продуктів або сервісів через email розсилки.

---

**Маркетинг соціальних зв'язків** – забезпечує соціалізацію процесу купівлі продукту через певні сервіси та платформи.

**Вірусний маркетинг** – спрямовує свої інструменти на створення «вірусної» реклами, яку люди з цільової аудиторії будуть добровільно і безкоштовно передавати один одному в соціальних мережах, месенджерах, поштою та іншими способами.

---

**Онлайн-ігри** – комп'ютерні ігри з використанням рекламних елементів, популярність яких стрімко зростає, даючи можливість компаніям залучати нових клієнтів.

---

**Мобільний маркетинг** – у сучасних умовах цей вид маркетингу набуває особливої популярності у зв'язку з тими властивостями, які властиві даному виду маркетингу: досяжність, персоналізація, зручність купівлі, миттєва дія, охоплення аудиторії.

---

**Формування громадської думки** (PR-технології) – цей використовуваний маркетинговий інструмент спрямований на формування позитивного іміджу компанії через поширення необхідної інформації «... на сторонніх ресурсах

ЕКСПЕРТИ АГЕНТСТВА  
*НARTISMEDIA*  
ВИДІЛЯЮТЬ РЯД  
ТЕНДЕНЦІЙ, ЯКІ  
НЕОБХІДНО БРАТИ ДО  
УВАГИ ГРАВЦЯМ РИНКУ  
В НАЙБЛИЖЧІЙ  
ПЕРСПЕКТИВІ



Якісний контент

Персоналізація

Відеореклама

Визначення вартості рекламних оголошень

Активне впровадження чат-ботів

Маркетингові технології



**03**



**ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!**

