**ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ДІДЖИТАЛ-МАРКЕТИНГУ**

**FEATURES OF INTRODUCTION OF DIGITAL MARKETING TOOLS**

Науковий керівник: д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту

Продіус Оксана Іванівна

Здобувач магістратури Донецкова Валерія Андріївна

Supervisor: Doctor of Economics, Associate Professor, Head of Department of Management

 Prodius Oksana Ivanivna

Master's student Donetskova Valeriia Andreevna

**Анотація.** В умовах постійного збільшення користувачів мережі Інтернет зростає необхідність формування сучасного маркетингового інструментарію, що дозволяє використовувати Інтернет-ресурси для комунікацій зі споживачами, підвищення їх інформованості з метою просування товарів і послуг. Розвиток Інтернет-технологій дозволяє персоналізувати маркетингові комунікації, тобто встановлювати прямий безпосередній контакт з кожним окремим користувачем та налаштувати свою систему маркетингових комунікацій на потреби індивідуальних користувачів, здійснити налаштування комунікацій та інших елементів маркетинг-міксу підприємства.

**Ключові слова: і**нтернет-маркетинг, діджитал-маркетинг, діджитал-інструменти, маркетингові комунікації, канали діджитал-маркетингу.

**Annotation.** With the constant increase in Internet users, there is a growing need for modern marketing tools that allow you to use Internet resources to communicate with consumers, increase their awareness in order to promote goods and services. The development of Internet technologies allows you to personalize marketing communications, ie to establish direct contact with each individual user and adjust your marketing communications system to the needs of individual users, customize communications and other elements of the marketing mix of the enterprise.

**Keywords:** internet marketing, digital marketing, digital tools, marketing communications, digital marketing channels.

На сьогоднішній день розвинуті інтернет-технології дозволяють встановлювати прямий контакт з кожним користувачем та налаштувати свою систему маркетингових комунікацій на потреби індивідуальних користувачів, здійснити налаштування комунікацій та інших елементів маркетинг на підприємства. Digital marketing – це комплекс різних маркетингових інструментів які допомагають залучити клієнтів. В умовах конкуренції на ринку у той чи іншій ніші і нестабільної економічної ситуації в країні та світі досягти продажів або залучення до своєї продукції можливо тільки завдяки інструментам інтернет маркетингу.

Кожне підприємство знаходиться в центрі інформаційного потоку. В деяких компанія прибігать до використання штучного інтелекту, проте більшість не мають уяви щодо популяризації сайту, бренду або продукту в цифровому просторі. У 2000-х роках для того щоб просувати онлайн-бізнес маркетологам достатньо було використовувати звичайне пошукове просування підприємства та його товарів. З часом та розвитком технологій з`являються нові підходи в маркетингу. Інтернет-маркетинг швидко почав удосконалюватися і став цифровим (digital). Маркетологи почали впроваджувати комплексні стратегії онлайн-розвитку підприємства, створення сайтів і додатків, більшого значення набули креативи до того чи іншого ресурсу, якісний копірайтинг, контекстна реклама, соціальна активність та інші інтерактивні інструменти. Підприємства починають ефективно використовувати РРС (плата за клік) та пошуковою оптимізацією (SEO). Популярність оплати за покази банерів користувачам (кожен візит користувача на сторінку, де розміщено банер)набула значної популярності рекламодавців. Оптимізація сайтів для пошукових систем (SEO) має більш глобальні масштаби, почалось впроваджуватися в середині 90-х років. Створення Facebook стало початком нової ери для цифрового маркетингу. Соціальні спільноти перетворилися зі способи спілкування на можливість просування, купівлі, продажу, поширення, впливу на користувача. Бізнес швидко перебудувався і тепер онлайн просування бренду набуло великого значення. У 2005 році з`явився відео-хостинг YouTube, це ще один інструмент, який дозволяє маркетологам просувати свої продукти і послуги в мережі Інтернет. Оскільки ніш для реклами стало більше, кожна компанія почала робити аналіз поведінки споживачів в Інтернеті. Було проведено дослідження, результати якого показали, що 41% людей затримують свій погляд на рекламі на цілих три десятих секунди. У середньому люди концентруються не реклами 1,3 секунди, ця цифра не велика, проте достатньо для заохочення. Якщо використовувати рекламні ролики то близько 70% користувачів зупинять свій погляд для перегляду. Саме завдяки рекламі у інтернеті можна збільшити свою конверсію, але саме головне це потрапити до кваліфікованих спеціалістів, які якісно налаштують рекламу. Також дуже добре працює комплексність, це теж залежить від сфери продукту просування, оскільки комплекс дасть не тільки більші охвати, але і закріплення бренду. У такому випадку слід звертатися до агенства, де над проектом буде працювати команда з спеціалістів. Зможуть надати вам певні рекомендації та провести тестування. Слід зазначити, що сьогоднішні цифрові технології є вирішальним фактором успіху і просування в кожній сфері бізнесу.

Література:

1. Ваша цифрова маркетингова стратегія – це правильно і клієнти прийдуть. URL: https://www.aiminternet.co.uk/your-digital marketing-strategy.

2. Prodius O. I. Research features of enterprises modern innovative development in the conditions of inclusive economic growth: foreign experience. *East european scientific journal (Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe)*. 2020. Vol. 3 (55). P. 43-49.

3. Kryshtanovych M., Kapitanets S., Filina S., Oleksiuk N., Prodius O. Assessment of the Effectiveness of Strategic Personnel Management of the Company. *Academy of Strategic Management Journal.* 2019. Is. 1, Vol 18. URL: https://www.abacademies.org/articles/assessment-of-the-effectiveness-of-strategic-personnel-management-of-the-company-8622.html. (Доступно на 10.07.2020).