**ВЕБ-САЙТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ**

**WEB-SITE AS THE INTERNET-MARKETING TOOL**

Науковий керівник – к.е.н. Панченко Марія Олександрівна

Кафедра маркетингу

Климова Єлизавета Ігорівна

scientific supervisor - Ph.D. Panchenko Mariia,

Department of Marketing

Klymova Liza

**Анотація**. У сучасному цифровому світі веб-сайти стають ще більш важливими інструментами онлайн-маркетингу. Стрімкий розвиток технологій та зростаючий вплив інтернету на поведінку споживачів зробили належну присутність в мережі обов'язковою. Веб-сайти стають важливим інструментом для брендів і компаній для привернення уваги аудиторії, комунікації з клієнтами та побудови довіри. Тому для компаній усіх галузей актуальним і важливим є аналіз ролі веб-сайтів у сучасній маркетинговій стратегії.

**Ключові слова:** веб-сайт, Інтернет-маркетинг, стратегія, оптимізація, продажі.

**Annotation**.  In today's digital world, websites are becoming even more important online marketing tools. The rapid development of technology and the growing influence of the Internet on consumer behavior have made a proper online presence mandatory. Websites are becoming an important tool for brands and companies to attract audience attention, communicate with customers and build trust. Therefore, it is relevant and important for companies of all industries to analyze the role of websites in the modern marketing strategy.

**Keywords**: website, Internet marketing, strategy, optimization, sales.

Веб-сайт – це важливий інструмент Інтернет-маркетингу, який дозволяє організації бути представленою в Інтернеті та взаємодіяти з потенційними клієнтами та аудиторією. Цей електронний ресурс дозволяє організаціям представляти свої продукти, послуги та інформацію широкій аудиторії через глобальну мережу та виходити на міжнародні ринки[1].

Веб-сайти виконують кілька важливих функцій у сфері Інтернет-маркетингу:

1. Веб-сайти є важливими каналами для представлення бренду та продукції компанії, що сприяє налагодженню зв'язків з потенційними клієнтами.

2. Завдяки оптимізації веб-сайтів для пошукових систем, вони допомагають привертати нових клієнтів, підвищуючи видимість компанії в Інтернеті та привертаючи цільових користувачів.

3. Веб-сайти надають можливість підтримувати існуючих клієнтів, дозволяючи їм отримувати інформацію про продукцію, новини та акції компанії.

4. Веб-сайти можуть бути важливим каналом для онлайн-продажів, сприяючи збільшенню продажів та конверсій.

5. Веб-сайт дозволяє компаніям відстежувати результати своєї маркетингової діяльності та аналізувати її ефективність за допомогою аналітичних інструментів, тим самим вдосконалюючи свої стратегії та підвищуючи ефективність своїх маркетингових кампаній[2].

Враховуючи постійний розвиток Інтернет-технологій та зміну споживчих уподобань, веб-сайти потребують постійного оновлення та адаптації для ефективного функціонування. Тому веб-сайти – це не лише заміна візитівки компанії, а й стратегічний інструмент для досягнення маркетингових цілей та підвищення конкурентоспроможності на ринку.

Ефективність веб-сайту як інструменту комунікації може бути оцінена за допомогою різноманітних методів, які охоплюють як кількісні, так і якісні аспекти. Кількісні методи включають аналіз веб-аналітики, що вимірює такі параметри, як відвідуваність сайту, кількість переглядів сторінок, тривалість сесій користувачів на сайті та інші ключові показники. Це дозволяє визначити, які сторінки сайту користуються найбільшим попитом, а також оцінити ефективність контент-стратегії. Використання інструментів веб-аналітики, таких як GoogleAnalytics, дозволяє зібрати та проаналізувати ці дані.

Одним із якісних методів оцінки ефективності веб-сайту як Інтернет-стратегії бізнесу є організація опитувань або фокус-груп для збору зворотного зв'язку та з'ясування того, як користувачі сприймають веб-сайт. Аналіз зворотного зв'язку через коментарі, відгуки та соціальні мережі також може надати корисну інформацію про задоволеність і потреби користувачів.

Крім того, експертна оцінка веб-сайту, що включає професійний аналіз дизайну, навігації та взаємодії, може допомогти виявити потенційні проблеми та запропонувати шляхи його подальшого вдосконалення.

Комплексний аналіз, який враховує як кількісні, так і якісні аспекти оцінки, дає більш повне уявлення про ефективність веб-сайту як інструменту комунікації та визначає потенційні напрямки для подальшого розвитку і вдосконалення[3].

Отже, веб-сайти є важливим інструментом сучасного маркетингу і допомагають презентувати бізнес та взаємодіяти з цільовою аудиторією в онлайн-середовищі. Вони виконують ряд важливих функцій, таких як просування брендів і продуктів, залучення нових клієнтів, утримання існуючих, збільшення продажів і аналіз ефективності маркетингових стратегій. Для оцінки ефективності веб-сайту можна використовувати різні методи, що охоплюють як кількісні, так і якісні аспекти, щоб всебічно зрозуміти вплив веб-сайту і внести необхідні корективи для досягнення ваших маркетингових цілей.

**Список літератури:**

1. Гадецька З. М. ОцінкаефективностізастосуваннясучаснихІнтернет-комунікацій та технологій цифрового маркетингу для оптимізаціїроботипідприємства. *Економіка та суспільство*. 2022. №40. С.50.

2. Лебеденко М. С., Лученко І. В. Веб-ресурс як ефективний інструментмаркетингової комунікації. *ВісникХмельницькогонаціональногоуніверситету*. *Економічні науки*. 2011. №2(1). С. 178-182.

3. Пономаренко І. В., Салян А. С. Веб-сайт як ефективний інструмент Інтернет-маркетингу для досягнення стратегічних цілей компанії. *Інфраструктура ринку*. 2019.№31. С. 355.