**ОСОБЛИВОСТІ ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ У ЗВ’ЯЗКАХ ІЗ ГРОМАДCЬКІСТЮ**

**THE FEATURES OF INTERNET MARKETING TOOLS IN PUBLIC RELATIONS**

Науковий керівник – к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Кірносова Марина Василівна

Здобувач бакалавріату Климова Єлизавета Ігорівна

Scientific supervisor–Ph.D., Associate Professor Department of Marketing

Kirnosova Maryna Vasylivna,

Bachelor Klymova Elizabeth Ihorivna

**Анотація**. Розглянуто роль Інтернет-маркетингу у взаємодії організацій зі своєю аудиторією в сучасному цифровому світі. Проведено аналіз впливу ключових інструментів Інтернет-маркетингу на зв'язки з громадськістю. Висвітлено важливість двостороннього комунікаційного потоку, персоналізації взаємодії, взаємодії в реальному часі, широкого охоплення, можливості створення спільнот та збору зворотного зв'язку. На основі дослідження доведена важливість цих інструментів у побудові активної спільноти та взаєморозуміння з громадськістю.

**Ключові слова:** звʼязки із громадськістю, Інтернет-маркетинг, інструменти Інтернет-маркетингу.

**Annotation.**The role of Internet marketing in organizations' interaction with their audience in the modern digital world is examined. An analysis of the impact of key Internet marketing tools on public relations is conducted. The importance of two-way communication flow, interaction personalization, real-time engagement, broad outreach, community building, and feedback collection is highlighted. Based on the research, the significance of these tools in building an active community and mutual understanding with the public is demonstrated.in modern marketing strategy is relevant and essential for companies across all industries.

**Keywords**: public relations, Internet marketing, Internet marketing tools.

В сучасному цифровому світі Інтернет-маркетинг є невід'ємною частиною стратегії взаємодії організацій зі своєю аудиторією [1]. Цей комплекс інструментів відіграє ключову роль у сприянні зв'язкам з громадськістю та виконує різноманітні функції для досягнення маркетингових цілей.

Відчутний вплив Інтернет-маркетингу полягає у його здатності розширювати можливості впливу організацій на свою аудиторію через онлайн-платформи. Це означає, що компанії можуть ефективно комунікувати зі своїми клієнтами, незалежно від їх географічного розташування, шляхом використання інтерактивних інструментів [2].

Крім того, Інтернет-маркетинг допомагає побудувати позитивний імідж бренду, надаючи можливість організаціям створювати та розповсюджувати якісний контент, який відповідає потребам та інтересам аудиторії. Це сприяє підвищенню довіри та відкритості між брендом і його споживачами.

Застосування інструментів Інтернет-маркетингу дозволяє організаціям створювати різноманітні та ціленаправлені кампанії, що сприяють активній взаємодії з громадськістю [3, c.72]. Проаналізуємо певні особливості застосування інструментів Інтернет-маркетингу, що забезпечують зв’язокз аудиторією та створення відчуття спільноти, підтримки та взаєморозуміння:

1. Двосторонній комунікаційний потік. У порівнянні з традиційними методами маркетингу, де комунікація переважно однобічна (від бренду до споживача), Інтернет-маркетинг дозволяє налагодити активну двосторонню комунікацію [3, c.72]. Громадськість може взаємодіяти з брендом через коментарі, відгуки, обговорення та спільноти.

2. Персоналізація. Завдяки збору даних та аналітиці, Інтернет-маркетинг дозволяє персоналізувати комунікацію з кожним членом аудиторії. Це дозволяє брендам створювати більш індивідуалізовані та релевантні повідомлення, що сприяє побудові глибших взаємовідносиніз громадськістю.

3. Взаємодія в реальному часі. Багато інструментів Інтернет-маркетингу (наприклад, соціальні медіа) дозволяють спілкуватися з аудиторією в реальному часі. Це дозволяє брендам оперативно реагувати на запитання, коментарі та скарги, що підвищує рівень задоволеності клієнтів [3, c.73].

4. Широке охоплення. Інтернет-маркетинг дозволяє брендам досягати аудиторії на різних платформах та в різних частинах світу. Це дозволяє побудувати міжнародні спільноти та залучати клієнтів з різних країн.

5. Можливість створення спільнот. Інтернет-маркетинг дозволяє брендам створювати спільноти навколо свого продукту або послуги. Це може бути спільнота в соціальних мережах, форумах або навіть на власному веб-сайті. Ця спільнота може служити місцем обміну думками, досвідом та підтримки для учасників.

6. Можливість збору зворотнього зв'язку. Інтернет-маркетинг дозволяє збирати відгуки та зворотній зв'язок від аудиторії швидко та ефективно. Це надає брендам можливість вдосконалювати свої продукти та послуги, враховуючи потреби та побажання громадськості.

Розглянувши особливості інструментів Інтернет-маркетингу в контексті зв'язків із громадськістю, можна впевнитись в їхній важливості у створенні активної спільноти та взаєморозуміння. Ці інструменти дозволяють встановлювати двосторонню комунікацію, персоналізацію взаємодії з кожним членом аудиторії, взаємодію в реальному часі, а також залучення аудиторії з різних країн. Спільноти, створені за допомогою цих інструментів, служать місцем обміну ідеями та підтримки, а можливість збору зворотного зв'язку сприяє покращенню якості продуктів і послуг відповідно до потреб аудиторії.

**Список літератури:**

1. Кінас І. О. Інтернет-маркетинг та його роль у формуванні маркетингової стратегії підприємства. *Ефективна економіка*. 2021. №4. С. 97.

2. Лебеденко М. С., Лученко І. В. Веб-ресурс як ефективний інструмент маркетингової̈ комунікації̈. *Вісник Хмельницького національного університету*. *Економічні науки*. 2011. №2(1). С. 178-182.

3. Мироненко В. В. Соціальні мережі в діяльності PR-фахівця. *Communications and Communicative Technologies.* 2017. Т. 25. №12. С. 71-79.