

# ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В КОМУНІКАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Окландер Т.О.

*Одеський національний політехнічний університет, м. Одеса*

Цифровий маркетинг (Digital маркетинг) – це використання всіх можливих форм цифрових каналів для просування. Факторами ефективності цифрового маркетингу в порівнянні з іншими комунікативними каналами є [1, 2].

1. Підвищення рівня знання про підприємство/товар серед цільової аудиторії. У цьому випадку добре працює контекстна реклама і спільні проекти з порталами, популярні у цільової аудиторії.

2. Високий рівень впливу на молоду і просунуту аудиторію. Добре сприймаються соціальні медіа, мобільні та Інтернет-додатки, «вірусні» ролики.

3. Можна просувати товар призначений для широкої цільової аудиторії при обмеженому бюджеті. Доцільним є використання «вірусного» контенту, Інтернет-PR і нестандартних масштабних Інтернет-акцій.

4. Є можливість детально повідомити споживачам про характеристики товару у випадку технологічно складного товару. Доцільним є використання Інтернет-роликів.

5. Є можливість емоційного впливу на цільову аудиторію. Доцільним є використання красивих зображень, динамічної анімації і емоційних роликів — цифрові канали.

6. Є можливість постійної підтримки комунікацій із споживачем. Доцільним є використання соціального медіа-простору (найбільш популярний зараз спосіб спілкування з аудиторіями). Такі контакти формують лояльність, дозволяють проводити масштабні промоакції та семплінги, а також просто зрозуміти поведінку і мотиви цільової аудиторії.

Основною тенденцією у розвитку цифровому маркетингу є створення нових видів взаємодії з аудиторією споживачів. Вперше, в історії маркетингу з'явилася можливість такої взаємодії, коли самі споживачі можуть створювати бажаний товар. Говорити, те що думають — і бути впевненими, що їх почують. Тепер навіть мале підприємство з потрібним для цільової аудиторії товаром, без особливих рекламних бюджетів може за лічені хвилини донести повідомлення до мільйонів потенційних споживачів. У той же час один негативний відгук про товар може критично вплинути на рівень продажів підприємства. Уміння маркетологів оперативно реагувати на зміни стає критичним чинником виживання підприємства.

## **Література:**

1. Сайт компанії comScore. Аналітика цифрового мира [Електронний ресурс]. – Режим доступу: comScore <http://www.comscore.com/rus>.

2. Russia's Digital Ecosystem Shaped by Market Nuances / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.emarketer.com/Article/Russias-Digital-Ecosystem-Shaped-by-Market-Nuances/1009653>.