

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-326-1>

УДК 330

Оксана БОЛОТНА

Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна

<https://orcid.org/0000-0002-0585-0819>o.v.bolotnaya@karazin.ua

Вікторія ЛЯШЕВСЬКА

Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна

<https://orcid.org/0000-0001-6520-3632>v.i.liashevskaya@gmail.com

Дмитро СИВКІВ

Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна

dsyvkiv@gmail.com

ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ СТРАТЕГІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ В ОРГАНІЗАЦІЇ ЕЛЕКТРОННОГО БІЗНЕСУ

У даній статті проведено аналіз основних аспектів побудови стратегії цифрового маркетингу в організаціях, які зосереджуються на електронному бізнесі. Описано вплив сучасних тенденцій та викликів електронного бізнесу на стратегічне мислення підприємств, зокрема у контексті швидкісних змін у технологічному середовищі та підвищеної конкуренції. Автор досліджує ключові аспекти стратегії цифрового маркетингу, визначаючи їхню роль у досягненні успіху в електронному бізнесі. Зокрема, розглядається перехід від традиційних методів маркетингу до використання online-інструментів та інтернет-платформ. Особлива увага приділяється створенню ефективного образу компанії в онлайн-середовищі та розробці стратегій, спрямованих на підвищення довіри споживачів. Рекомендації орієнтовані на поліпшення сегментації та інтеграції електронного маркетингу для створення персоналізованих повідомлень. Глибокий аналіз геотаргетингу та персоналізації, а також важливість аналітики підкреслюють необхідність адаптації до цифрового середовища електронного бізнесу. Правильна побудова стратегії digital-маркетингу дозволить ефективно застосовувати інструменти цифрового маркетингу та інтернет-платформи для підвищення взаємодії, залучення нових, а також утримання наявних клієнтів. Загальною метою є покращення ефективності маркетингових стратегій, забезпечення високого рівня задоволення клієнтів та збільшення прибутковості електронного бізнесу. Ця інформація може бути використана топ-менеджментом, маркетинговими відділами та спеціалістами з електронного бізнесу для розробки та вдосконалення стратегій маркетингу. Акцент робиться на тому, що ефективна стратегія цифрового маркетингу є ключовим чинником успіху для організацій, що працюють у сфері електронного бізнесу, та наголошується на важливості постійного адаптування до змін в онлайн-середовищі для забезпечення стійкої конкурентної переваги у вигляді використання персоналізованих підходів та інновацій.

Ключові слова: цифровий маркетинг, електронний бізнес, маркетингові стратегії.

Oksana BOLOTNA, Viktoriia LIASHEVSKA, Dmytro SIVKIV

V. N. Karazin Kharkiv National University

FEATURES OF DEVELOPING A DIGITAL MARKETING STRATEGY IN AN ELECTRONIC BUSINESS ORGANIZATION

This article analyzes the fundamental aspects of constructing a digital marketing strategy in organizations focused on electronic business. The impact of contemporary trends and challenges in electronic business on the strategic thinking of enterprises is described, particularly in the context of rapid technological changes and increased competition. The author explores key aspects of digital marketing strategy, defining their role in achieving success in electronic business. Specifically, the transition from traditional marketing methods to the use of online tools and internet platforms is examined. Special attention is given to creating an effective company image in the online environment and developing strategies aimed at building consumer trust. Proposed practical recommendations focus on improving segmentation, integrating electronic marketing, and creating personalized marketing messages for effective interaction with digital consumers. Proper construction of a digital marketing strategy enables the efficient utilization of digital marketing tools and internet platforms to enhance interaction, attract new customers, and retain existing ones. The overall goal is to improve the efficiency of marketing strategies, ensure high customer satisfaction, and increase the profitability of electronic business. This information can be utilized by top management, marketing departments, and electronic business specialists for the development and enhancement of marketing strategies. The emphasis is placed on the fact that an effective digital marketing strategy is a key success factor for organizations operating in the electronic business sector, highlighting the importance of continual adaptation to changes in the online environment to secure a sustainable competitive advantage through the use of personalized approaches and innovations.

Keywords: digital marketing, electronic business, marketing strategies.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Розвиток електронного бізнесу став можливістю для існування нових підприємств та необхідністю для багатьох організацій у сучасному світі, зокрема в контексті побудови стратегії цифрового маркетингу. Сприяючи швидкій трансформації технологічного середовища та зростанню конкуренції, ця галузь стає визначальною для успішності підприємства. Проте, за останні роки, інтенсивний розвиток електронного бізнесу створює виклики, пов'язані з необхідністю адаптації та розвитку стратегій цифрового маркетингу,

ефективному використанні інструментів, з урахуванням стрімких змін умов ринку та технологічного прогресу. Таким чином, вирішення проблеми адаптації стратегій цифрового маркетингу до сучасних викликів стає ключовим завданням для підприємств, які прагнуть успішно конкурувати та розвиватися в електронному бізнесі.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Значна кількість наукових досліджень щодо розвитку маркетингових стратегій та цифрового маркетингу належать таким зарубіжним та українським вченим: Ф.Котлер, К. Лейн, Д. Чаффі, А. Такер, Г. Вейнерчук, Т. Мамутова, Л. Костюк, Н. Гончаренко, С. Бабіч та багато інших.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Дослідження та надання практичних рекомендацій з побудови ефективної стратегії цифрового маркетингу в сфері електронного бізнесу, шляхом дослідження наявних інструментів та враховуючи вплив глобальних і технологічних чинників.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Актуальність цифрового маркетингу в сфері електронного бізнесу стає невід'ємною у зв'язку з швидким розвитком технологій та змінами у споживчому поведінці. На ринку України, особливо в умовах сучасних тенденцій, цифровий маркетинг набуває особливого значення. Сучасні клієнти активно використовують інтернет для пошуку товарів та послуг. Цифровий маркетинг дозволяє ефективно взаємодіяти зі споживачем, забезпечуючи належну присутність і оптимізуючи взаємодію з покупцями. Умови глобального ринку електронного бізнесу вимагають від підприємств ефективних маркетингових стратегій для залучення уваги клієнтів. Digital-маркетинг надає можливість виділитися серед конкурентів та працювати на чітку цільову аудиторію. Швидкі зміни у технологіях: Розвиток технологій і швидкість їх впровадження визначають потребу у постійній адаптації маркетингових стратегій. Цифровий маркетинг дозволяє оперативно реагувати на нові можливості та тренди. Наявні інструменти надають широкі можливості аналізу даних та вимірювання результативності кампаній. Це дозволяє підприємствам виправляти стратегії в реальному часі та оптимізувати витрати. Зростання кількості користувачів мобільних пристроїв створює потребу у мобільно-орієнтованих стратегіях цифрового маркетингу, що є ключовим аспектом в електронному бізнесі.

Українські компанії, розвиваючи електронний бізнес, активно використовують цифрові маркетингові підходи. За останні роки спостерігається зростання усвідомленості про важливість онлайн присутності та використанні інструментів цифрового маркетингу в українському бізнесі.

Цифровий маркетинг представляє собою широкий спектр каналів, які забезпечують взаємодію бренду та його контенту з цільовою аудиторією. Проте важливо розуміти, що кожен з цих каналів має свої переваги і недоліки, і вони не завжди універсальні. Деякі з них працюють краще для сегмента B2B, інші - для B2C. У певних випадках найкращим вибором може бути запуск комплексної оптимізації для пошукових систем (SEO), в інших - контекстна реклама або розсилка пошти. Не обов'язково використовувати всі доступні канали цифрового маркетингу одночасно. Іноді раціонально обмежити їхню кількість до двох-трьох, щоб уникнути зайвих витрат бюджету.

Геотаргетинг і персоналізація. Ці інструменти відіграють важливу роль в стратегії цифрового маркетингу електронного бізнесу, створюючи унікальний інтерактивний досвід для користувачів. Геотаргетинг дозволяє надсилати спеціальні пропозиції або рекламу, спрямовану на конкретне місцезнаходження користувачів. Це ефективно для привертання місцевої аудиторії та стимулювання їхнього інтересу. Персоналізація, з іншого боку, дозволяє створювати індивідуальні зручності для кожного користувача. За допомогою алгоритмів та збору даних про попередні дії користувача, компанії можуть представляти персоналізований контент, рекомендації та пропозиції. Об'єднання геотаргетингу та персоналізації дозволяє бізнесам не лише доповідати аудиторії відповідно до їхніх місцезнаходжень, але й надавати індивідуально зорієнтовані пропозиції, підвищуючи рівень взаємодії та задоволення клієнтів. Ця стратегія сприяє покращенню конверсії та розбудові довгострокових відносин з клієнтами.

Аналіз. Аналітика та вимірювання результативності є критичними елементами стратегії цифрового маркетингу в електронному бізнесі. Використання аналітичних інструментів, таких як Google Analytics чи Adobe Analytics, дозволяє компаніям детально вивчати поведінку користувачів на своїх веб-сайтах. Ці інструменти допомагають вимірювати ефективність різних маркетингових кампаній, визначати найбільш вдалий контент та канали привертання трафіку. Вони надають змогу враховувати конверсії, рейтинги відвідуваності та інші ключові показники для оцінки впливу маркетингових зусиль на бізнес. Збір та аналіз цих даних дозволяє підприємствам вдосконалювати свої стратегії, приймати обґрунтовані рішення та виробляти контент, який найкраще відповідає потребам аудиторії. Ефективне використання аналітики допомагає забезпечити стійкий ріст та постійне вдосконалення електронного бізнесу.

Платна пошукова реклама. Search Engine Marketing (SEM) визначається як стратегія просування, при якій рекламодавець платить за розміщення рекламних оголошень в результатах пошукових систем.

Вона є ключовою складовою стратегії цифрового маркетингу для електронного бізнесу. Цей метод використовує платні рекламні кампанії для підвищення видимості в пошукових системах, забезпечуючи швидкий та міцний зв'язок із цільовою аудиторією. SEM включає в себе використання рекламних оголошень, які з'являються у верхній частині результатів пошуку за певними ключовими словами. Google Ads та Bing Ads - основні платформи для SEM. Завдяки SEM компанії можуть швидко привертати увагу нових клієнтів, сприяючи збільшенню трафіку на свої веб-сайти та підвищенню конверсії. Необхідно також враховувати конкуренцію, оскільки платна реклама в пошукових системах є популярним інструментом для боротьби за увагу споживачів. Ефективне управління ключовими словами, створення привабливих оголошень та аналіз результатів дозволяють максимізувати віддачу від інвестицій у платну пошукову рекламу, забезпечуючи зростання обсягу продажів та підсилення позицій на ринку.

Залучення відео-роликів. Відео-маркетинг в сучасному електронному бізнесі є потужним інструментом, що дозволяє компаніям взаємодіяти з аудиторією за допомогою візуального контенту. Зараз споживачі активно сприймають інформацію через відео, і це робить відео-маркетинг ефективним засобом залучення та утримання уваги. Створення якісного відео дозволяє підприємствам представляти свої продукти чи послуги у найкращому світлі. Відео може бути використано для демонстрації функціоналу, розповіді про бренд, а також для створення іміджу та підвищення свідомості. Платформи, такі як YouTube, Instagram і TikTok, стали популярними каналами для розміщення відео-контенту. Відкритість до різних форматів, таких як рекламні ролики, відео-огляди, вебінари та розповіді, надає компаніям широкий простір для креативу. Відео-маркетинг також відмінно працює у поєднанні з іншими стратегіями цифрового маркетингу, розширюючи аудиторію і підсилюючи враження від бренду. Завдяки візуальному засобові спілкування відео дозволяє компаніям ефективно виражати свій унікальний стиль та створювати відчуття особистого зв'язку з клієнтами

Можливості взаємодії з аудиторією. Сучасна аудиторія вимагає не тільки якісного продукту, але і персоналізованого підходу та активної взаємодії з брендом. Соціальні мережі, онлайн-коментарі, вебінари та чат-боти стають ефективними каналами зв'язку, дозволяючи взаємодіяти з клієнтами в режимі реального часу. Ключовою перевагою взаємодії з аудиторією є можливість збирати зворотній зв'язок. Електронна пошта є ще однією потужною засобом взаємодії. Розсилки новин, персоналізовані пропозиції та зворотній зв'язок через електронну пошту дозволяють підтримувати стабільний зв'язок із споживачами. Аналіз відгуків та реакцій дозволяє адаптувати стратегію, враховуючи потреби та побажання споживачів. Це створює можливість отримувати миттєвий фідбек, вирішувати проблеми та вдосконалювати продукт чи сервіс. Такий підхід сприяє побудові довгострокових відносин із клієнтами та зміцнює позиції бренду в електронному бізнесі. За допомогою персоналізованих рекламних кампаній та спеціальних пропозицій, компанії можуть індивідуалізувати взаємодію, залучати увагу та створювати сприятливий образ бренду. Ця взаємодія сприяє побудові довгострокових відносин з аудиторією, збільшуючи лояльність та підвищуючи конверсію у сфері електронного бізнесу.

Ефективний контент-маркетинг. Спеціалізовані блоги, інфографіка, відео та інші формати контенту розширюють обсяг інформації, яку компанії можуть надати своїм клієнтам. Вміло створений контент вирізняє бренд, визначає його експертність та стимулює взаємодію. Використання ключових слів та SEO оптимізація роблять контент більш доступним для пошукових систем. Регулярне оновлення контенту підтримує інтерес аудиторії та встановлює компанію як активного учасника галузі. Всі ці елементи спільно створюють ефективну стратегію контент-маркетингу, яка підвищує впізнаваність бренду, збільшує трафік та покращує конверсію в електронному бізнесі. Контент також грає важливу роль у підвищенні SEO-показників, що допомагає підприємству займати високі позиції в пошукових системах і залучати нових клієнтів. Взаємодія з аудиторією через коментарі, обговорення та соціальні мережі також є ефективним способом збільшення взаємодії та побудови спільноти. Ефективний контент-маркетинг вимагає стратегічного планування, якісного виконання та постійного аналізу результатів для досягнення максимального впливу на аудиторію та досягнення бізнес-цілей.

Pay-Per-Click (PPC) реклама. Це важлива стратегія в сучасному цифровому маркетингу, особливо для електронного бізнесу. За цією моделлю рекламодавець платить за кожен клік на своє рекламне оголошення, що з'являється на платформах, таких як Google Ads, Facebook Ads, тощо. PPC реклама дозволяє точно визначати бюджет, спрямовувати оголошення на конкретну аудиторію та отримувати миттєві результати. Вона ефективна для привертання уваги та залучення цільових клієнтів, забезпечуючи високий рівень конверсії. Важливо використовувати ключові слова та належним чином оптимізувати рекламні кампанії для досягнення найкращих результатів. PPC реклама є потужним інструментом для прискорення зростання бізнесу та підвищення впізнаваності бренду в онлайн-середовищі. Однією з переваг PPC є швидкість отримання результатів. Коли реклама активована, вона миттєво відображається у пошукових результатах, привертаючи увагу цільової аудиторії. Також, PPC реклама може бути легко налаштована та змінена в реальному часі, дозволяючи адаптувати стратегію в залежності від реакції аудиторії. Гнучкість у виборі ключових слів та цільової аудиторії дозволяє точно налаштовувати кампанії для досягнення конкретних цілей. Аналітика та звітність в PPC системах допомагають рекламодавцям відстежувати витрати, конверсії та інші метрики для ефективного управління рекламним бюджетом. Однак, успіх PPC

реклами вимагає ретельного дослідження ключових слів, моніторингу конкуренції та постійного оптимізування кампаній для максимізації результатів. Тільки таким чином можна досягти високої ефективності цього виду реклами в електронному бізнесі.

Спрощення процесу покупки. Одним із ключових аспектів цього підходу є створення інтуїтивного та легко зрозумілого інтерфейсу веб-сайту, що дозволяє клієнтам швидко знаходити необхідні товари та без зайвих зусиль здійснювати покупки. Застосування одноетапного оформлення замовлення та можливості автоматичного збереження попередніх покупок значно спрощує весь процес. Інтеграція безконтактних методів оплати та оптимізованих систем доставки робить оплату та отримання товарів максимально зручними та швидкими. Значущим елементом у спрощенні процесу є створення особистого кабінету для клієнтів, де вони можуть вести контроль за станом своїх замовлень, отримувати персоналізовані рекомендації та користуватися історією своїх покупок. Ці заходи не лише прискорюють шопінг, але й створюють сприятливу атмосферу для покупця, підвищуючи його задоволеність та лояльність. Разом із зручністю і швидкістю, спрощення процесу покупки сприяє позитивному враженню від онлайн-шопінгу, підвищуючи конверсію та впевненість клієнтів в обраному електронному магазині.

SMM. Соціальні мережі (SMM) відіграють ключову роль у цифровій стратегії маркетингу для організацій електронного бізнесу, і їх важливість не може бути недооцінена. Платформи, такі як Facebook, Instagram, Twitter та LinkedIn, надають унікальні можливості для залучення цільової аудиторії та взаємодії з нею. Важливим аспектом є побудова бренду через створення активного іміджу та взаємодії з клієнтами. SMM дозволяє компаніям створювати аутентичний контент, сприяти обговоренням та відповідати на запитання, що сприяє збільшенню довіри споживачів. Зокрема, рекламні кампанії на соціальних мережах дозволяють точно визначати цільову аудиторію за демографічними та іншими характеристиками. Аналітика результатів рекламних заходів надає можливість вдосконалювати стратегію на ходу та максимізувати вплив. Окрім того, спільноти у соціальних мережах стають платформою для отримання зворотного зв'язку від клієнтів, що дозволяє підприємствам адаптувати свою стратегію відповідно до потреб своєї аудиторії. Таким чином, SMM є важливим інструментом для досягнення успіху в електронному бізнесі, дозволяючи ефективно взаємодіяти зі споживачами та підвищувати свою конкурентоспроможність.

Таргетована реклама. Можливість високоцільового рекламування в сучасному електронному бізнесі є стратегічно важливою для досягнення успіху та максимізації конверсії. Завдяки розширеним аналітичним інструментам та технологіям, компанії можуть точно визначити свою цільову аудиторію, враховуючи різні параметри, такі як географічне положення, вік, інтереси та поведінка. Це дозволяє створювати персоналізовані та релевантні рекламні повідомлення, забезпечуючи максимальний вплив. Застосування технологій машинного навчання та штучного інтелекту дозволяє автоматизувати та оптимізувати рекламні кампанії, аналізуючи величезні обсяги даних. Це сприяє ефективній адаптації стратегій, миттєвому реагуванню на зміни в ринкових умовах та максимальному використанню рекламного бюджету. За допомогою таргетингу, компанії можуть не лише привертати увагу потенційних клієнтів, але і збільшувати конверсію, підвищувати лояльність та позитивно впливати на репутацію бренду. Ця стратегія є невід'ємною частиною успішної маркетингової кампанії в електронному бізнесі, де точність та релевантність грають вирішальну роль у взаємодії з аудиторією.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

У контексті електронного бізнесу, стратегія цифрового маркетингу стає ключовим елементом успішного функціонування електронного бізнесу. Використання геотаргетингу та персоналізації надає можливість точно спрямовувати зусилля на цільову аудиторію, створюючи індивідуальний підхід до кожного клієнта. SEM, відеомаркетинг та SMM доповнюють стратегію, розширюючи можливості взаємодії та підвищення уваги до бренду. Аналіз результатів через ефективну аналітику визначає шляхи оптимізації та вдосконалення, дозволяючи постійно вдосконалювати маркетингові підходи. Простий процес покупки, інтуїтивний інтерфейс та безпечні безконтактні оплати роблять взаємодію з покупцем надзвичайно зручною та ефективною. Усі ці компоненти вказують на те, що успішна стратегія в електронному бізнесі вимагає не лише розуміння сучасних інструментів, але й гнучкості та готовності постійно адаптуватися до змін в онлайн-середовищі. Це дозволяє підтримувати високий рівень конкурентоспроможності, привертаючи та утримуючи клієнтів у конкурентному цифровому ландшафті.

Література

1. Digital маркетинг: основні поняття, стратегії та інструменти які варто використовувати. URL: <https://intent-solutions.com/blog/modern-digital-marketing-practices-and-strategies> (дата звернення 20.10.2023)
2. Digital-маркетинг: основні поняття та інструменти. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/digital-marketing-cho-cho> (дата звернення 20.10.2023)
3. The Importance of Digital Marketing: Top 10 Reasons You Need It. URL: <https://www.lyfemarketing.com/blog/importance-of-digital-marketing/> (дата звернення 20.10.2023)

4. Як змінився ринок eCommerce в Україні у 2022 році. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/kak-izmenilsja-rynok-ecommerce-v-ukraine-v-2022-godu> (дата звернення 20.10.2023)
5. 5 інструментів інтернет-маркетингу, про які повинен знати кожен власник бізнесу. URL: <https://it-kitchen.com.ua/5-instrumentiv-internet-marketyngu/> (дата звернення 22.10.2023)
6. Інструменти та методи інтернет-маркетингу для малого та середнього бізнесу. URL: <https://online.novaposhta.education/blog/instrumenti-ta-metodi-internet-marketingu-dlya-malogo-ta-serednogo-biznesu> (дата звернення 21.10.2023)
7. Ефективний маркетинг. URL: <https://www.education.ua/blog/35420/> (дата звернення 21.10.2023)
8. Understanding the essence of Digital Marketing. URL: <https://medium.com/@sneha3agarwal/understanding-the-essence-of-digital-marketing-23f3942cf428> (дата звернення 21.10.2023)
9. Essence Of Digital Marketing For The Success Of A New Business. URL: <https://medium.com/@netcontent/essence-of-digital-marketing-for-the-success-of-a-new-business-a03e4b25067d> (дата звернення 21.10.2023)

References

1. Intent Solutions (2023), "Digital Marketing: Key Concepts, Strategies, and Tools to Utilize", available at: <https://intent-solutions.com/blog/modern-digital-marketing-practices-and-strategies> (Accessed 20 October 2023).
2. ElitWeb (2014), "Digital Marketing: Fundamental Concepts and Tools", available at: <https://elit-web.ua/ua/blog/digital-marketing-cto-hto> (Accessed 20 October 2023).
3. Lyfemarketing (2013), "The Importance of Digital Marketing: Top 10 Reasons You Need It", available at: <https://www.lyfemarketing.com/blog/importance-of-digital-marketing/> (Accessed 20 October 2023).
4. ElitWeb (2014), "How the eCommerce Market in Ukraine Changed in 2022", available at: <https://elit-web.ua/ua/blog/kak-izmenilsja-rynok-ecommerce-v-ukraine-v-2022-godu>, (Accessed 20 October 2023).
5. It-kitchen agency (2019), "5 Internet Marketing Tools Every Business Owner Should Know About", available at: <https://it-kitchen.com.ua/5-instrumentiv-internet-marketyngu/> (Accessed 22 October 2023).
6. Shkola biznesu Nova Poshta (2020), "Tools and Methods of Internet Marketing for Small and Medium Businesses", available at: <https://online.novaposhta.education/blog/instrumenti-ta-metodi-internet-marketingu-dlya-malogo-ta-serednogo-biznesu> (Accessed 21 October 2023).
7. Education.ua (2008), "Effective Marketing", available at: <https://www.education.ua/blog/35420/> (Accessed 21 October 2023).
8. Medium (1997), "Understanding the Essence of Digital Marketing", available at: <https://medium.com/@sneha3agarwal/understanding-the-essence-of-digital-marketing-23f3942cf428> (Accessed 21 October 2023).
9. Medium (1997), "Essence Of Digital Marketing For The Success Of A New Business", available at: <https://medium.com/@netcontent/essence-of-digital-marketing-for-the-success-of-a-new-business-a03e4b25067d> (Accessed 21 October 2023).