

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Александрова М.А.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

В умовах глобалізації Інтернет як система передачі даних відіграє важливу роль у діяльності, як окремих учасників економічного процесу, так і функціонуванні економічних систем. Використання ІТ в маркетингу дозволяє організувати ефективну модель функціонування підприємства, що забезпечує не тільки стабільний розвиток компанії, але і підвищує ефективність роботи підприємства в порівнянні з іншими агентами ринку. Маркетинг все більше стає цифровим процесом, що використовує останні технології.

Цифровий маркетинг – це використання різноманітних форм просування з використанням цифрових каналів. На даний момент сюди входять: просування в блогах і соціальних мережах, створення спеціальних Інтернет сайтів, вірусна реклама, контекстна реклама та інші форми. По суті це великий комплекс, що на основі цифрових технологій використовує різні види маркетингу для просування бренду і продукту.

Переваги цифрового маркетингу:

активне залучення споживача у взаємодію з брендом;

відсутність територіальних обмежень при реалізації маркетингових ідей;

легка доступність до ресурсу;

підтримка іміджу бренду і стимулювання продажів;

можливість оперативної оцінки проведеної кампанії та управління подіями в режимі реального часу.

Взаємодія з аудиторією є ключовим моментом в даному напрямку. Тепер споживачі формують продукт таким, яким вони хочуть його бачити, у них з'являється можливість напряму контактувати з компаніями, висловлювати свою думку і бути почутими. У сучасному світі все швидко змінюється і компанії повинні бути готові оперативно реагувати на зміни.