

Дрепін І.М., Райко Д.В.

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

У сучасному світі, де цифрові технології все більше поширюються, цифровий маркетинг стає невід'ємною частиною діяльності підприємства [1]. Цифровий маркетинг може використовуватися для просування товарів та послуг внутрішніх та зовнішніх ринках, залучення нових клієнтів, підвищення їх лояльності та задоволеності. За допомогою цифрового маркетингу підприємства можуть збільшувати продажі своїх товарів та послуг. Крім того, цифровий маркетинг може допомогти підприємствам покращити свої зв'язки з партнерами та клієнтами. Наприклад, за допомогою електронної пошти та соціальних мереж підприємства можуть надсилати їм інформацію про нові товари та послуги, запрошувати на заходи та ін. Також цифровий маркетинг підвищує ефективність комунікаційних стратегій з цільовою аудиторією. За допомогою цифрового маркетингу підприємства можуть значно прискорити свій вихід на світовий ринок. Цифрові технології надають підприємствам можливість швидко та ефективно зміцнювати свої позиції на ринку та розширювати свій бізнес.

Цифровий маркетинг використовує багато різних інструментів сучасного цифрового простору. Найуживанішими з цих інструментів є наступні: контент-маркетинг, електронна комерція, соціальні медіа, контекстна реклама, таргетована реклама та інші.

Контент-маркетинг є одним з головних інструментів цифрового маркетингу. За допомогою контент-маркетингу підприємства можуть просувати свої товари та послуги, створюючи цікавий та корисний контент для своїх потенційних клієнтів. Це можуть бути статті, відео-матеріали, інфографіка, електронні книги та інші види контенту. Контент-маркетинг дозволяє підприємствам просувати свої товари та послуги на ринках, підвищувати свою відомість та авторитет, залучати нових клієнтів та зміцнювати взаємовідносини зі своїми поточними клієнтами. Інший важливий інструмент цифрового маркетингу - соціальні медіа. За допомогою соціальних мереж підприємства можуть створювати свій бренд та спілкуватися зі своїми потенційними клієнтами.

Ці та інші інструменти цифрового маркетингу легко застосовуються на внутрішніх та зовнішніх ринках і дають швидкий результат, тому вони є невід'ємною частиною діяльності підприємства.

Література:

1. Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С., Райко Д.В. Перспективи і проблеми інноваційного розвитку в умовах четвертої промислової революції. Управління інноваційною діяльністю: теорія і практика: колективна монографія / за заг. ред. д.е.н., професора Витвицької О.Д. Київ: ТОВ «АГРАР МЕДІА ГРУП», 2021. С. 112-131.