

довгострокову конкурентну перевагу завдяки формуванню лояльності та впізнаваності бренду і, як наслідок сталі фінансові результати. Для ефективного її використання підприємству варто комплексно та системно підходити до вирішення цього питання, застосовуючи всі необхідні маркетингові інструменти у визначений період часу та певний операційний період.

Література

1. Шебанова О.О. Зміст маркетингової стратегії підприємства.
URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdtusg_2016_172_23

Слизова ПАЩЕНКО, Ірина ГЕРАСИМЕНКО
Білоцерківський національний аграрний університет

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ

Стрімкий розвиток цифрових технологій та зміна поведінки споживачів змушують компанії постійно адаптувати свої маркетингові стратегії. Інтернет став основним каналом комунікації, що відкриває нові можливості для бізнесу у залученні клієнтів, збільшенні продажів та зміцненні лояльності до бренду.

Нові технології, такі як штучний інтелект, автоматизація, великі дані та соціальні мережі, призводять до постійної еволюції інтернет-маркетингу, що робить аналіз його тенденцій важливим для розуміння майбутніх можливостей.

Зв'язок між технологічним прогресом та маркетинговими стратегіями є невіддільною частиною розвитку сучасного бізнесу. Від початку епохи Інтернету маркетинг постійно еволюціонує, адаптуючись до нових технологій та змін у споживчих потребах. У цьому контексті розгляд та розуміння тенденцій розвитку інтернет-маркетингу є вирішальним для компаній, що прагнуть залишатися конкурентоспроможними.

Отже, виділимо основні тенденції та перспективи розвитку інтернет-маркетингу:

1. Зростання важливості контент-маркетингу. Зміни в споживчій поведінці вимагають від компаній створення якісного та цікавого контенту для привернення уваги аудиторії. Контент-маркетинг стає необхідним елементом стратегії бренду для побудови довіри та експертності.

2. Росте значення відео контенту. Відеоконтент стає найбільш ефективним інструментом привертання уваги. Платформи, такі як YouTube, Instagram і TikTok зростають у популярності, що відкриває нові можливості для маркетологів.

3. Персоналізація інтерактивного контенту. Користувачі очікують персоналізованого досвіду. Інтерактивний контент, такий як опитування, тестування та інтерактивні відео, дозволяє залучити аудиторію та підвищити її зацікавленість.

4. Розвиток мобільного маркетингу. Зростання використання мобільних пристроїв відкриває нові можливості для маркетологів. Оптимізація контенту для мобільних платформ, мобільні додатки та реклама на мобільних пристроях стають основними стратегіями.

5. Інтеграція штучного інтелекту (AI) та машинного навчання (ML). Використання AI та ML дозволяє автоматизувати процеси аналізу даних, персоналізації контенту, прогнозування трендів та покращення взаємодії з клієнтами.

6. Розвиток електронної комерції та соціальних мереж як платформ продажів. Соціальні мережі стають не лише інструментом залучення аудиторії, але і платформами для прямих продажів. Інтеграція електронної комерції з соціальними мережами дозволяє підприємствам досягати нових клієнтів та збільшувати продажі.

7. Зростання важливості відкритих даних (Open Data). Відкриті дані стають джерелом цінної інформації для маркетологів. Вони дозволяють аналізувати тренди, розуміти споживчі попити та створювати більш ефективні маркетингові стратегії.

8. Боротьба за цифрову конфіденційність. З появою нових правил та законодавства щодо захисту персональних даних, компанії повинні активно працювати над забезпеченням конфіденційності та безпеки даних клієнтів [1].

Однак, разом з технологічними змінами, зростає увага до питань конфіденційності та безпеки даних, а також до відкритих даних та їх використання у маркетингових стратегіях. Все це свідчить про те, що сучасні компанії повинні постійно адаптуватися до нових реалій інтернет-маркетингу, щоб ефективно конкурувати та забезпечувати зростання бізнесу [2].

Отже, зв'язок між технологічним прогресом та маркетинговими стратегіями стає необхідним компонентом успішного розвитку сучасного бізнесу. Електронний маркетинг постійно еволюціонує, пристосовуючись до нових технологій та змін у споживчих потребах. Від контент-маркетингу та відео контенту до персоналізації та використання штучного інтелекту, сучасні тенденції в електронному маркетингу відображають постійний розвиток індустрії.

Проте, разом зі зростанням технологічних можливостей, компанії також повинні приділяти увагу питанням конфіденційності даних та етиці використання інформації. Постійна адаптація до нових реалій інтернет-маркетингу є ключем до успіху та сталого зростання у сучасному бізнесі.

Література

1. Сучасні тенденції інтернет-маркетингу. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/249318131.pdf> (дата звернення: 15.06.2024).
2. Chat GPT. URL: <https://chat.openai.com/>.

Любов РОМАНЕНКО, Віталій КАРПЕНКО
Хмельницький національний університет

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГУ В СФЕРІ ФОТОГРАФІЇ

Фотографія це є унікальна сфера бізнесу, яка потребує спеціальних підходів до маркетингу. Успіх фотостудії залежить від правильної стратегії просування, розуміння потреб клієнтів та ефективного аналізу конкурентів.

При аналізі маркетингу в сфері фотографії потрібно розуміти, що важливим аспектом є розуміння принципів маркетингу, а саме таких як:

1. Орієнтація на клієнта: потрібно чітко розуміти, що потребують потенційні клієнти та яким чином можна задовільнити їхні потреби. Це може бути створення унікальних пропозицій, які б вирізняли саме вашу фотостудію на фоні конкурентів.

2. Інтегрований підхід: просування бренду за допомогою різних маркетингових каналів, для максимального зацікавлення клієнтів. Наприклад: соціальні мережі, реклама в мережі Інтернет, участь в різноманітних виставках та фотоконкурсах.

3. Аналіз конкурентів: при регулярному моніторингу ринку можна дізнатись про переваги та недоліки прямих конкурентів, що дозволить створити правильну стратегію.

4. Брендинг: не менш важливо, це є створення сильного бренду, який буде асоціюватись з високою якістю та професіоналізмом. Це допоможе заохотити потенційних клієнтів [1].

Дані принципи є досить важливими, оскільки вони допомагають побудувати стійкий бізнес, який може ефективно конкурувати на ринку. Розуміння та застосування цих принципів дозволяє адаптуватися до змінних умов ринку та потреб клієнтів.

При більш глибокому аналізі в напрямку фотографії, було визначено, що не менш важливою складовою є аналіз конкурентів, де потрібно звернути увагу на: асортимент послуг (які саме послуги вони пропонують, ціна та якість); цільова аудиторія (на яку групу людей орієнтуються, що саме використовують для залучення клієнтів); маркетингові стратегії (де саме розміщують свою рекламу та які отримують результати).

Було визначено найбільш ефективну стратегію при створенні та просуванні фотостудії, яка включає рекламну кампанію: