

СЕКЦІЯ 3 МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2024-51-8>

УДК 004.773.3/.775:339.138

Осипенко Н.О.
*аспірантка кафедри економіки,
менеджменту та адміністрування
Херсонського державного університету*
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7596-2883>
E-mail: nataliosipenko19@gmail.com

РОЛЬ ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ У РОЗВИТКУ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

У даній статті досліджується вплив та значення цифрових платформ на розвиток інтегрованих маркетингових комунікацій (ІМК). Сформувано основне визначення інтегрованих маркетингових комунікацій. Досліджено основні види цифрових платформ, такі як соціальні мережі, пошукові системи, електронна пошта та мобільні додатки, та їх роль у маркетингових стратегіях сучасних компаній. Проаналізовано основні переваги використання соціальних мереж та блогів у маркетингових кампаніях. Розглянуто вплив цифрової реклами та SEO на видимість та популярність ІТ-компаній. Проаналізовано основні переваги цифрової реклами та SEO. Досліджено важливість контент-маркетингу для залучення та утримання клієнтів. Розглянуто приклади використання контент-маркетингу в успішних компаніях. У результаті, стаття демонструє, що цифрові платформи є ключовим елементом у розвитку інтегрованих маркетингових комунікацій, забезпечуючи конкурентоспроможність та довгостроковий успіх компаній у сучасному бізнес-середовищі.

Ключові слова: інтегровані маркетингові комунікації, цифрові платформи, SEO, контент-маркетинг, соціальні мережі, цифрова реклама.

Osypenko Natalia. THE ROLE OF DIGITAL PLATFORMS IN THE DEVELOPMENT OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS

This article examines the impact and significance of digital platforms on the development of integrated marketing communications (IMC) in the business environment of an enterprise. A basic definition of integrated marketing communications has been formed. The main types of digital platforms, such as social networks, search engines, e-mail and mobile applications, and their role in the marketing strategies of modern companies for brand support and marketing campaigns are examined. The most popular digital platforms are identified. The main advantages of using social networks and messengers, in particular engagement and interaction with the audience, are analyzed. The main advantages of using blogs in marketing campaigns are considered. One of the main advantages of digital platforms is their ability to provide wide audience coverage and the possibility of precise segmentation and targeting. The use of social networks such as Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn and others allows companies to interact with customers in real time, receive feedback and create personalized offers. The impact of digital advertising and search engine optimization (SEO) on recognition and popularity is considered IT companies, in particular, targeting and analytics capabilities to evaluate the effectiveness of campaigns. The main advantages of digital advertising are analyzed. The main advantages of using search engine optimization (SEO) are defined. The main concept of content marketing and its main advantages are defined. The importance of content marketing for customer acquisition and retention is also explored. Examples of the use of content marketing in successful companies that actively use this approach are considered. It also considers the possibility of integrating different communication channels to create coherent and effective marketing strategies. In conclusion, the article demonstrates that digital platforms are a key element in the development of integrated marketing communications, ensuring the competitiveness and long-term success of companies in the modern business environment.

Keywords: integrated marketing communications, digital platforms, SEO, content marketing, social networks, digital advertising.

Постановка проблеми. В сучасному світі бізнесу, де конкуренція невпинно зростає, підприємствам необхідно постійно шукати нові, ефективні методи для взаємодії з

клієнтами. Це є ключовим фактором, що дозволяє залишатися на плаву та забезпечувати розвиток власного бізнесу. Одним із важливих складників цієї взаємодії

є маркетингові комунікації. Традиційні методи маркетингу, такі як друкована реклама, телебачення та радіо, втрачають свою ефективність, оскільки споживачі дедалі більше часу проводять у цифровому середовищі. Ці традиційні канали вже не забезпечують необхідного рівня охоплення аудиторії. Натомість цифрові платформи, такі як соціальні мережі, блоги, влоги, пошукові системи та мобільні додатки, відкривають нові можливості для налагодження ефективної комунікації з клієнтами в режимі реального часу. Ці канали дають змогу впроваджувати більш персоналізований підхід та створювати унікальний користувацький досвід для кожного клієнта.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження в цій сфері активно проводять вітчизняні та зарубіжні науковці, такі як: Д. Джефей та П. Сміт, Р. Блакемен, Р. Дейс, Д. Скот, О. Гуменна, О. Жебровська, І. Кулиняк та багато інших. Проте, потребують подальшого дослідження питання визначення ролі цифрових платформ у розвитку інтегрованих маркетингових комунікацій.

Мета статті. Основною метою статті є дослідження та аналіз ролі цифрових платформ у розвитку інтегрованих маркетингових комунікацій.

Виклад основного матеріалу дослідження та його основні результати. У сучасну цифрову епоху, коли технології стрімко розвиваються, маркетингові комунікації зазнали суттєвих трансформацій. Цифрові платформи стали невід'ємним компонентом нашої повсякденної роботи, революціонізувавши спосіб взаємодії компаній зі своїми клієнтами. Від таких платформ, як

соціальні мережі, пошукові системи, електронна пошта та мобільні додатки – цифрові платформи відкрили нові горизонти для маркетингу. Однак надзвичайно важливо розуміти, як ці платформи впливають на еволюцію інтегрованих маркетингових комунікацій (ІМК) і чому вони набули такого значення.

Інтегровані маркетингові комунікації (ІМК) – це об'єднання маркетингових комунікацій та комплексний процес, який забезпечує поєднання інтересів, потреб, властивостей та характеристик споживачів із «потребами» життєвого циклу товарів, послуг для отримання взаємовигідного синергетичного ефекту [1]. Завдяки цьому підходу забезпечується послідовність маркетингових зусиль, що дозволяє компаніям ефективніше доносити свої ідеї та цінності. Інтеграція цифрових платформ в інтегровані маркетингові комунікації є ключовим фактором успіху в цифровому середовищі, яке швидко змінюється.

Цифрові платформи є основною складовою ІМК. Залучення як нових, так і існуючих клієнтів покращується завдяки використанню мобільних додатків, електронної пошти, пошукових систем і соціальних мереж. Оскільки цифрові платформи відіграють важливу роль і потрібно розуміти, як правильно ними користуватися, щоб забезпечити більш персоналізоване та своєчасне спілкування між клієнтом і компанією. Табл. 1 містить найпопулярніші цифрові платформи, якими користуються маркетингологи в 2024 році. Ці платформи дозволяють взаємодіяти з цільовою аудиторією, просувати свої бренди та проводити маркетингові кампанії.

Таблиця 1

Найпопулярніші цифрові платформи 2024 року

Основні категорії	Характеристика
Соціальні мережі та месенджери	Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, YouTube. Вони дозволяють створювати контент, взаємодіяти з аудиторією за допомогою коментарів і особистих повідомлень, проводити рекламні кампанії і аналізувати поведінку користувачів.
Електронна пошта	Gmail, Outlook, Yahoo! Mail та інші. Email-маркетинг – це ефективний інструмент для особистого спілкування з клієнтами, розсилка інформаційних бюлетнів, спеціальних пропозицій і новин.
Пошукові системи	Google Search, Bing, Yahoo! Search. SEO (пошукова оптимізація) і SEM (пошукова реклама) дозволяють залучати нових клієнтів за допомогою пошукових запитів.
Мобільні додатки	Корпоративні мобільні додатки компаній для зв'язку з клієнтами, надання послуг, повідомлення про акції та події.
Веб-сайти та блоги	Створення власних веб-сайтів, через які клієнти можуть звертатися за інформацією та взаємодіяти за допомогою форм зворотного зв'язку та коментарів.

Джерело: розроблено автором на основі [2; 7]

Якщо брати до уваги соціальні мережі та меседжери, такі як Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn та інші, які є потужними інструментами для взаємодії з аудиторією. Їхні основні переваги представлені в табл. 2.

Блоги також є одним з важливих компонентів залучення цільової аудиторії і дозволяють компаніям демонструвати свою професійність у певних галузях. Основні переваги блогів надано в табл. 3.

ІТ-компанії стикаються з великою конкуренцією через швидкий розвиток цифрових технологій. Цифрова реклама та пошукова оптимізація використовуються компаніями, щоб виділитися на цьому переповненому ринку. Ці інструменти допомагають компаніям підвищити впізнаваність і свою популярність.

У табл. 4 представлені основні переваги цифрової реклами, яка включає різні рекламні формати, які розміщуються в Інтернеті, такі як банери, відеореклама, контекстна реклама, реклама в соціальних мережах та багато інших.

Пошукова оптимізація (SEO) є частиною цифрової стратегії, яка допомагає підвищити видимість веб-сайтів у пошукових

системах, таких як Google, Bing та інших. Основні переваги пошукової оптимізації для ІТ-компаній наведені в табл. 5.

Крім того, одним з основних способів залучення та утримання клієнтів є контент-маркетинг, який полягає у створенні та розповсюдженні цінного, релевантного і послідовного контенту, та залучає і утримує чітко визначену цільову аудиторію і в кінцевому підсумку призводить до прибуткової поведінки з боку споживачів.

Контент маркетинг – це напрям маркетингу, спрямований на залучення та утримання цільової аудиторії за допомогою створення та поширення цінного, цікавого та корисного контенту, а інколи – провокаційного та вірусного. Основна ідея полягає в тому, що замість прямої реклами, яка може бути нав'язливою та неприємною для користувачів, компанії створюють і розповсюджують контент, який приваблює та викликає інтерес до брендів, продуктів або послуг [6].

Контент маркетинг відіграє важливу роль у залученні уваги нових клієнтів, наприклад підвищує впізнаваність і бренду, оптимізує пошукову систему, підвищує рівень знань і довіри клієнтів.

Таблиця 2

Основні переваги соціальних мереж та меседжерів

Основні переваги	Характеристика
Залучення аудиторії	Соціальні мережі дозволяють створювати цікавий і візуально привабливий контент, що привертає увагу користувачів. Це фотографії, відео, інфографіка та текстові повідомлення, які відповідають інтересам основної цільової аудиторії.
Взаємодія	Можливість безпосередньо взаємодіяти з клієнтами за допомогою коментарів, повідомлень, опитувань та конкурсів. Це дозволяє отримувати позитивні відгуки та будувати довіру до своєї аудиторії.
Реклама	Соціальні мережі надають широкі можливості для таргетованої реклами. Це дозволяє охопити саме тих користувачів, яким можуть бути цікаві продукти чи послуги компанії. Це допоможе підвищити ефективність вашої рекламної кампанії і сприяє збільшенню конверсій.

Джерело: розроблено автором на основі [3]

Таблиця 3

Основні переваги блогів

Основні переваги	Характеристика
Експертність	Публікації в блозі допомагають зарекомендувати себе як експерта у даній сфері, надаючи корисну інформацію, поради та рекомендації. Це підвищує довіру до бренду та допомагає залученню нових клієнтів.
SEO	Оптимізація контенту блогу для пошукових систем може збільшити видимість веб-сайту за пошуковими запитами, що призведе до збільшення органічного трафіку. Це важливий інструмент для довгострокового залучення нових відвідувачів.
Взаємодія	Коментарі в блозі дозволяють читачам задавати питання, залишати відгуки та ділитися своїми думками. Це створює платформу для активної взаємодії та обміну досвідом

Джерело: розроблено автором на основі [3]

Таблиця 4

Переваги цифрової реклами для ІТ-компаній

Основні переваги	Характеристика
Таргетинг	Цифрову рекламу можна використовувати для точного визначення цільової аудиторії та охоплення її. Оскільки повідомлення досягає користувачів, які, швидше за все, зацікавлені продуктом або послугою, це забезпечує високу ефективність рекламної кампанії.
Аналітика	Цифрові платформи надають детальні дані про ефективність рекламних кампаній, дозволяючи бізнесу оцінювати результати та коригувати стратегії в режимі реального часу. Це включає такі показники, як кліки, конверсії, взаємодії та інші показники, які допомагають виміряти ROI (Return on Investment).
Масштабованість	Цифрова реклама дозволяє компаніям швидко масштабувати свої зусилля, збільшуючи або зменшуючи рекламні бюджети відповідно до потреб та результатів кампаній. Це особливо важливо для ІТ-компаній, які часто стикаються з швидкими змінами на ринку.
Гнучкість	Рекламні кампанії можуть бути швидко адаптовані та змінені залежно від поведінки користувачів та ринкових тенденцій. Це дозволяє ІТ-компаніям залишатися актуальними та конкурентоспроможними.

Джерело: розроблено автором на основі [4]

Таблиця 5

Основні переваги SEO

Основні переваги	Характеристика
Органічний трафік	Збільшення органічного трафіку з пошукових систем може зменшити витрати на рекламу. Користувачі більше довіряють звичайним результатам, ніж рекламі.
Довгострокові результати	Довгострокових результатів можна досягти, інвестуючи в SEO. Після досягнення високих позицій в пошукових системах сайт може продовжувати залучати трафік.
Підвищення авторитету	Підвищується авторитет компанії в очах користувачів з високими позиціями в пошукових системах. ІТ-компаніям важливо створити репутацію експертів у своїй галузі..
Покращення користувацького досвіду	Оптимізація технічних аспектів сайту покращує загальну взаємодію з користувачем. Це може включати швидкість завантаження сайту, оптимізацію для мобільних пристроїв і зручну навігацію.

Джерело: розроблено автором на основі [5]

Багато успішних компаній використовують контент-маркетинг як за основу своєї маркетингової стратегії. Ось кілька прикладів:

1. HubSpot: Ця компанія відома своїм блогами та освітніми ресурсами, що охоплюють теми від маркетингу та продажів до обслуговування споживачів. Завдяки своєму контенту, їм вдалося залучити велику кількість нових клієнтів [8].

2. Red Bull: Ця компанія використовує контент-маркетинг для створення захоплюючого відеоконтенту, присвяченого екстремальним видам та пригодам. Це допомагає їм встановити емоційний зв'язок зі своєю аудиторією та підтримувати високий рівень залучення.

3. Moz: Відомий своїм блогами та SEO-ресурсами, вони надають маркетологам цінну інформацію та інструменти. Це допомагає компаніям залучати та утримувати

клієнтів, які шукають професійні рішення для оптимізації пошукових систем.

Висновки. Таким чином, цифрові платформи відіграють важливу роль у розвитку інтегрованих маркетингових комунікацій та полегшують ефективну взаємодію між компанією та споживачами. Вони допомагають компаніям збільшувати охоплення та доступність спілкування з клієнтами, налагодити тісніші стосунки та отримувати швидкий зворотній зв'язок. Компанії можуть використовувати цифрові платформи, щоб оцінити ефективність своїх маркетингових стратегій та адаптувати їх до потреб споживачів. Для успішного росту та конкурентоспроможності у сучасному цифровому світі компанії повинні активно використовувати можливості, які надають цифрові платформи, для успішної побудови інтегрованих маркетингових комунікацій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Соломянюк Н. Теоретичні основи визначення поняття «інтегровані маркетингові комунікації». Наука. Теорія і практика: вісник. URL: <https://konferenza.com.ua/pages/view/161>
2. Social Media Marketing: The Ultimate Guide: веб-сайт. URL: <https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-marketing#social-media-marketing-resources>
3. Як соціальні мережі впливають на суспільство та бізнес: веб-сайт. URL: <https://inproject.org/vplyv-soczialnuh-merezh-na-suspilstvo-i-biznes/>
4. Цифрова (онлайн) реклама: види, переваги та приклади (посібник для початківців): веб-сайт. URL: <https://bannerboo.com/ua/blog/tsyfrova-reklama/>
5. Що таке SEO просування сайту: основні принципи SEO: веб-сайт. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/chto-takoe-seo-prodvizhenie>
6. Контент маркетинг - визначення, типи, канали застосування: веб-сайт. URL: <https://dinanta.com/blog/content-marketing>
7. Популярність соцмереж і можливості для брендів. Як людство взаємодіє з цифровими технологіями: веб-сайт. URL: <https://mediamaker.me/yak-lyudstvo-vzayemodiye-z-czyfrovymy-tehnologiyamy-zvit-digital-2024-8566/>
8. 6 прикладів успішного контент-маркетингу 2022 р.: веб-сайт. URL: <https://stripo.email/ua/blog/successful-content-marketing-examples/>

REFERENCES:

1. Solomyaniuk N. Theoretical basis of defining the concept of "integrated marketing communications". Science. Theory and practice: bulletin. Available at: <https://konferenza.com.ua/pages/view/161>
2. Social Media Marketing: The Ultimate Guide: Website. Available at: <https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-marketing#social-media-marketing-resources>
3. How social networks affect society and business: website. Available at: <https://inproject.org/vplyv-soczialnuh-merezh-na-suspilstvo-i-biznes/>
4. Digital (Online) Advertising: Types, Benefits and Examples (Beginner's Guide): Website. Available at: <https://bannerboo.com/ua/blog/tsyfrova-reklama/>
5. What is SEO site promotion: basic principles of SEO: website. Available at: <https://elit-web.ua/ua/blog/chto-takoe-seo-prodvizhenie>
6. Content marketing - definition, types, channels of application: website. Available at: <https://dinanta.com/blog/content-marketing>
7. Popularity of social networks and opportunities for brands. How Humanity Interacts with Digital Technologies: Website. Available at: <https://mediamaker.me/yak-lyudstvo-vzayemodiye-z-czyfrovymy-tehnologiyamy-zvit-digital-2024-8566/>
8. 6 Examples of Successful Content Marketing in 2022: Website. Available at: <https://stripo.email/ua/blog/successful-content-marketing-examples/>

*Стаття надійшла до редакції 06.06.2024.
The article was received 6 June 2024.*