

ГЛОБАЛЬНІ ТРЕНДИ DIGITAL-MARKETINGУ

Ларіна Катерина Володимирівна
к.е.н., доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
larina.bc@gmail.com

Ткаченко Тетяна Андріївна
студентка 4 курсу факультету менеджменту і маркетингу
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Tetiana.Tkachenko@hneu.net

З кожним днем інформаційні технології розвиваються дедалі більше. В умовах пандемії та військового стану використання мережі Інтернет стає все більш актуальним, що вимагає підприємства приділяти значної уваги цифровому маркетингу, аби мати перевагу серед своїх конкурентів та вигідно виокремлюватись серед них. Підприємства, які тривалий період здійснювали свою діяльність в офлайн-режимі, перевели свою роботу в онлайн-формат задля виживання і подальшого розвитку. Ефективне використання інструментів digital-маркетингу створює необхідні передумови успішного переходу компаній в глобальний цифровий світ. Розглянемо та узагальнемо декілька найактуальніших глобальних трендів у діджитал-маркетингу.

Згідно зі звітом Hubspot.com, маркетинг у 2023 році продовжить основні тренди, які намітитись у 2022 році [2]. Відеоформат повідомлень, активна співпраця з інфлюенсерами, розвиток контент-маркетингу, соціально-відповідальний бізнес та персоналізовані комунікації, використання штучного інтелекту – всі ці напрямки залишаться актуальними [3].

Однак є десять ключових напрямків, що задаватимуть тон всьому маркетингу, а їх реалізація дозволить розраховувати на більш високу ефективність маркетингових стратегій та бізнесу в цілому [3].

1. Відеоконтент. Ми вступаємо у еру коротких відео. Інформації стільки, що вивчати її просто немає часу. Ось чому користувачі все більше надають перевагу коротким відео. Саме короткі ролики стануть головним рекламним трендом 2023 року.

2. Зміцнення контактів з інфлюенсерами. Співпраця з блогерами та лідерами думок продовжує набирати обертів. Опитування серед молоді показали, що більше 33% респондентів робили покупки, спираючись на рекомендації блогерів. Тенденція полягає в тому, що поради друзів і родини на цьому фоні зменшуються, а довіра до «людини на екрані» зростає. Звернення до впливових людей і відеомаркетинг добре поєднуються та доповнюють один одного. Реклама у блогерів у відеоформаті приносить більше нових передплатників і значно збільшує їх охоплення [1]. Співпраця з інфлюенсерами для регіональних і міжнародних компаній передбачає доступ до нової аудиторії, більш часте спілкування з аудиторією, а також зростання рівня довіри до бренду.

Також варто зазначити, що беззаперечним трендом є співпраця з мікроінфлюенсерами, які мають більш активну і залучену аудиторію, а також значно нижчі ціни на розміщення реклами. Співпраця з широким колом невеличких інфлюенсерів дозволяє зробити значно ширше охоплення різної аудиторії та мінімізувати ризики, які завжди мають місце в рекламі у блогерів.

3. Завоювання брендами соцмереж. Люди люблять соціальні мережі та проводять там багато часу. За результатами дослідження Global Digital 2023 користувачі проводять в соціальних медіа в середньому 2 години і 31 хвилину на день. І цей час щорічно зростає [4]. Дослідження, проведене в США виявили, що 57% людей віком до 24 років починають свій день із перегляду своєї стрічки новин у соціальних мережах. Старші користувачі (35+) вважають за краще отримувати новини з прямих джерел. Це важливо враховувати при розробці маркетингової стратегії з урахуванням конкретної цільової аудиторії.

Також важливі прямі комунікації брендів у соціальних мережах з аудиторію через повідомлення, розміщення корисного контенту, свіжих, актуальних новин про компанію, підтримку клієнтів в режимі 24/7.

4. Продажі в соціальних мережах та подальший розвиток функціоналу соціальних мереж як зручного майданчику для продажів. Розробники активно працюють над розширенням функціональності покупок. Передбачається, що в цьому маркетинговою тенденцією 2023 і 2024 років стане ще сильніша інтеграція

соціальних мереж із площадками електронної комерції. До переваг продажів у соцмережах можна віднести зручність процесу замовлення і купівлі (не виходячи із застосунку), прямий контакт із клієнтами, збільшення кількості клієнтів, лояльність і довіра, можливість значного зростання нової аудиторії.

5. Інвестиції в SEO. Якщо ваш бізнес ведеться виключно в Інтернеті, інвестиції в SEO мають бути пріоритетними. Це перевірено джерело трафіку та потенційних клієнтів, заявок і нових клієнтів. Компанії не повинні ігнорувати SEO-оптимізацію та органічний пошук. Для збільшення відвідуваності сайтів компаніям потрібні позитивні відгуки та високий рейтинг. Тому просування локальних брендів в пошуку вимагає реєстрації в Google My Business і Google Maps, що є простим, зручним та ефективним інструментом просування, а також формуванні рейтингу компанії у конкретному населеному пункті чи районі.

6. Гуманізація брендів. Для клієнтів важливо, щоб бренди поділяли їхні цінності та ентузіазм. Звідси й тенденція до прозорості у виробництві, коли споживач бачить не лише логотип, а й людей, які його створюють. HubSpot дослідження показало, що 30% маркетологів створюють контент, який відображає індивідуальність та цінності бренду [2]. Цей тренд у 2024 році буде тільки набирати обертів, а інвестиції в цей напрямок зростатимуть.

7. Розмовний маркетинг і голосовий пошук. Чат-боти можуть відповісти на поширені запитання, допомогти орієнтуватися на веб-сайті, надати базові відомості та рекомендації, розглядати скарги та вирішувати прості проблеми 24/7. За даними Global Market Insights до 2024 року цей сектор ринку зросте до \$1,34 млрд, стане основним способом спілкування між клієнтом і продавцем [4]. Ботом керує штучний інтелект, що забезпечує індивідуальний підхід до кожного потенційного покупця. 87,2% споживачів позитивно або нейтрально оцінюють досвід використання таких програм. Популярних голосових помічників, таких як Google Assistant, Alexa, Siri та інших, також стає все більше і більше останнім часом.

8. Підвищення рівня захищеності даних. Оскільки все більше транзакцій здійснюється в Інтернеті, рівень захисту персональних даних має

зростати, щоб унеможливити шахрайство та витік конфіденційної інформації. Маркетингова політика в сфері онлайн торгівлі повинна враховувати цей факт і робити максимальний акцент на конфіденційності даних користувачів. Тільки так буде забезпечена довіра до бренду та лояльність клієнтів.

9. Штучний інтелект. Компанії почали масштабне використання штучного інтелекту для бізнесу, що дозволяє генерувати контент, проводити аналітику, автоматизувати безліч маркетингових процесів.

10. Бренд-активізм, висловлення власної позиції. Підприємства мають висвітлювати свій погляд на глобальні виклики країни і світу. На тлі війни в Україні, пандемії, роздробленості ЗМІ, пропаганди і маніпулятивного контенту в соціальних медіа, бренди формують свій більш емпатичний тон комунікацій з аудиторією, транслюють власне бачення і погляди на суспільно-політичні та військові події, здійснюють допомогу, громадську, волонтерську і благодійну діяльність. Тому в рамках маркетингової стратегії обов'язково враховують як, де і яким чином вони комунікуватимуть з аудиторією і світом.

Список використаних джерел

1. Zrybnieva, I., Larina, K., & Semenda, O. (2023). Sustainable entrepreneurship: analysis of digital marketing trends in the regional and global dimension. *Futurity Economics&Law*, 3(2), 150–170. <https://doi.org/10.57125/FEL.2023.06.25.10> .
2. The HubSpot Blog's 2023 Marketing Strategy & Trends Report: Data from 1,200+ Global Marketers. <https://blog.hubspot.com/marketing/hubspot-blog-marketing-industrytrends-report>.
3. DeVeirman, M., Cauberghe, V., & Hudders, L. (2017). Marketing through Instagram influencers: The impact of number of followers and product divergence on brand attitude. *International Journal of Advertising*, 36(5), 798-828. <https://doi.org/10.1080/02650487.2017.1348035> .
4. Дослідження Digital 2023: Global Overview Report. – Режим доступу: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report>
5. Global Market Insights. Data is Vital. (2023). <https://www.gminsights.com/>.