

ІНСТРУМЕНТИ ОНЛАЙН-ПРОСУВАННЯ БІЗНЕСУ

Розвиток сучасної держави характеризується постійною трансформацією економічного розвитку, удосконаленням і модернізацією національного виробництва з використанням цифрових та інформаційно-комунікаційних технологій [1]. Відповідно до [2], в Україні у 2020 р. проти 2019 р. , обсяг товарів і послуг, приданих в інтернеті, зріс на 41 %, проте середня вартість однієї покупки впала на 10 %. Тому питання формування стратегії онлайн-просування бізнесу або digital-стратегії набувають все більшої актуальності для суб'єктів господарювання, які дбають про підвищення ефективності своїх інвестицій.

Метою роботи є огляд основних інструментів реалізації стратегії онлайн-просування бізнесу.

Безумовно, певним тригером динаміки e-Commerce у 2020 р. стала пандемія Covid-19: трансформація бізнес-середовища спонукала підприємницькі суб'єкти до інтенсифікації застосування цифрових технологій. Так, за результатами другого та третього кварталів 2020 року Україна посіла 6 місце за рівнем зростання прибутків від e-commerce [3]. У Китаї наслідком впровадження великими й середніми онлайн-фірмами стандартів «безконтактної доставки» товарів, стало значне зростання онлайн-продажів [4].

Слід зазначити, що дефініція «digital-стратегія» виходить зі сфери цифрового маркетингу та є спорідненою до поняття «стратегія цифрового маркетингу», сутність якого може трактуватися як план досягнення бізнесом маркетингових цілей через онлайн-канали [5] або як впорядкований підхід до планування діяльності компанії в цифровій сфері [6]. Основу digital-стратегії складають веб, мобільні та соціальні технології [7]. Проте, обираючи digital-канал просування бізнесу, слід зважати на цільову аудиторію, потреби споживачів та їх доступність до відповідних платформ впровадження.

До найпопулярніших інструментів digital-стратегії або digital-каналів відносять такі (в порядку їх застосування) [8]: платна реклама в пошукових системах – Search Engine Marketing (SEM або контекстна реклама); безкоштовний пошуковий трафік – Search Engine Optimization (SEO); прайс-агрегатори і маркетплейси; продаж за допомогою поштових розсилок – email-маркетинг (emailing); висвітлення інформації про магазин в інтернет-виданнях, PR і написання гостьових статей (контент-маркетинг); соціальні мережі – Social Media Marketing (SMM); різні види контент-маркетингу (реклама у блогерів, на Youtube, спецпроекти і т. ін.).

Отже, за результатами проведеного огляду, зроблено висновок, що digital-стратегія має передбачати інструменти онлайн-просування бізнесу, що відповідають його галузевій специфіці та враховують технологічні можливості потенційних споживачів. До найперспективніших інструментів, що набирають оберти у сучасній інтернет-торгівлі, на думку авторів, слід віднести SMM, контент-маркетинг та email-маркетинг.

Список використаних джерел

1. Жамхарян Г. Г. Развитие интернет-торговли в эпоху цифровизации / Г. Г. Жамхарян // Актуальные исследования. – 2020. – №10 (13). Ч. II. – С. 79–83.
2. 107 млрд грн витратили українці на покупки в інтернеті. Яким був e-commerce у 2020 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://evo.business/107-mlrd-grn-vitratili-ukra%20d1%97nci-na-pokupki-v-interneti-yakim-buv-ecommerce-u-2020-roci/>.
3. Україна в десятці країн з найбільшим зростанням прибутку від e-commerce [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://investory.news/ukraina-v-desyatci-krain-z-najbilshim-zrostanniam-pributku-vid-e-sommerce/>.
4. Рыбачук С. Коронавирус против ритейла. 12.03.2020. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/articles/koronavirus-protiv-riteyla/>.
5. 7 Digital Marketing Strategies & How to Launch Yours in 2021 [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.webfx.com/internet-marketing/actionable-digital-marketing-strategies.html#:~:text=A%20digital%20marketing%20strategy%20is,in%20these%20channels%20and%20tactics>.
6. Романченко Н. В. Особливості digital-стратегії міжнародної компанії на ринку активної косметики [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/18186/Romanchenko_Osoblyvosti_digital-stratehii_mizhnarodnoi_kompanii_na_rynku_aktivnoi_kosmetyk.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
7. Разработка digital-стратегии. Инструменты и технологии [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mmr.ua/show/razrabotka-digital-strategii-instrumenty-i-tehnologii>.
8. Бокарев Т. А. Способы продвижения компании в сети Интернет / Т. А. Бокарев // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2009. – № 4. – С. 325–338.