

Камишников Сергій Валерійович, здобувач вищої освіти
факультету міжнародних відносин і журналістики
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

Науковий керівник: Яресько Катерина Вікторівна, кандидат педагогічних
наук, доцент, завідувач кафедри управління соціальними комунікаціями
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В РОЗРОБЦІ РЕКЛАМНИХ КАМПАНІЙ

У сучасному світі маркетинг постійно еволюціонує, і для досягнення успіху підприємствам вкрай необхідно впроваджувати інноваційні підходи в розробці своїх рекламних кампаній. Використання новітніх технологій та стратегій не тільки дозволяє підвищити ефективність рекламних зусиль, але й забезпечує кращу взаємодію з цільовою аудиторією, створюючи міцний зв'язок між брендом та споживачами.

Спершу розберемо, що таке рекламна кампанія – це комплекс заходів, спрямованих на просування продукту, послуги або бренду з метою досягнення конкретних маркетингових цілей [1]. Вона включає в себе розробку стратегічного плану, створення рекламних матеріалів, вибір відповідних каналів комунікації та оцінку результатів. Основною метою рекламної кампанії є привернення уваги цільової аудиторії, підвищення впізнаваності бренду, збільшення продажів та зміцнення позицій на ринку. Ефективна рекламна кампанія базується на глибокому розумінні потреб споживачів і використовує інноваційні підходи для максимального впливу на цільову аудиторію.

Інноваційні підходи в рекламній кампанії є необхідними для забезпечення ефективності та конкурентоспроможності підприємства в умовах сучасного ринку. Вони дозволяють адаптуватися до швидкозмінних тенденцій, технологічних досягнень та нових споживацьких вподобань. Інноваційні підходи в рекламних кампаніях є важливими для забезпечення їхньої актуальності, ефективності та успішності. Вони дозволяють підприємствам залишатися гнучкими, адаптивними та конкурентоспроможними в умовах динамічного ринкового середовища [2].

Одним із ключових інструментів сучасної реклами є штучний інтелект (AI). Використання AI дозволяє персоналізувати рекламні повідомлення, аналізуючи поведінкові дані споживачів. Це сприяє створенню індивідуальних рекламних оголошень, які відповідають потребам та вподобанням кожного споживача, що значно підвищує їх залученість та конверсію. Крім того, машинне навчання допомагає оптимізувати рекламні бюджети, прогнозуючи тренди та розподіляючи ресурси більш ефективно, мінімізуючи витрати та максимізуючи результати. Автоматизація процесів створення та розміщення реклами за допомогою AI також знижує трудові витрати та підвищує швидкість реалізації рекламних кампаній [3, с. 381].

Наступним є Big Data та аналітика, які також відіграють важливу роль у сучасному маркетингу. Збір та аналіз великих обсягів даних дозволяє підприємствам краще розуміти свою аудиторію та створювати детальні споживацькі профілі. Це сприяє точнішому таргетингу та сегментації, що дозволяє

доставляти рекламні повідомлення саме тим споживачам, які найбільш ймовірно зацікавлені у продукті чи послугі. Крім того, використання аналітичних платформ для вимірювання ефективності рекламних кампаній у режимі реального часу дозволяє швидко коригувати стратегію та підвищувати ефективність маркетингових зусиль[4.с. 1-2].

Також, слід зазначити, що соціальні медіа та впливовий маркетинг стають все більш популярними інструментами у сфері реклами. Співпраця з інфлюенсерами та лідерами думок дозволяє підприємствам використовувати авторитет та довіру цих осіб для просування свого бренду. Залучення аудиторії через соціальні мережі за допомогою інтерактивного контенту, живих трансляцій та конкурсів підвищує взаємодію користувачів з брендом, створюючи більш сильний емоційний зв'язок.

Не менш важливими на сьогоднішній день є контент-маркетинг та сторітеллінг вони є невід'ємною частиною сучасної реклами. Створення захоплюючого та релевантного контенту, який відповідає інтересам цільової аудиторії, дозволяє залучати та утримувати увагу споживачів. Використання сторітеллінгу допомагає побудувати емоційний зв'язок з аудиторією та формувати лояльність до бренду. Аналіз результатів контент-маркетингових кампаній дозволяє визначити їхній вплив на аудиторію та коригувати стратегію для досягнення кращих результатів.

Наступним важливим елементом в рекламних кампаніях є інтерактивні технології, такі як доповнена (AR) та віртуальна реальність (VR). Вони відкривають нові можливості для рекламодавців. Використання AR та VR дозволяє створювати захоплюючі рекламні продукти, що забезпечують високу взаємодію з брендом. Інтерактивні оголошення та ігри залучають користувачів та підвищують впізнаваність бренду. Перспективи розвитку цих технологій у маркетингових стратегіях виглядають надзвичайно обнадійливими, адже вони дозволяють створювати унікальні та запам'ятовувані рекламні кампанії [5. с. 113].

Отже, розглянувши основні інноваційні підходи, які використовуються сьогодні в рекламних кампаніях, ми бачимо, що в розробці рекламних кампаній відкривають нові горизонти для підприємств, дозволяючи їм залишатися конкурентоспроможними та досягати своїх маркетингових цілей. Використання новітніх технологій, стратегій та підходів дозволяє створювати ефективні, запам'ятовувані та успішні рекламні кампанії, що сприяють зростанню бізнесу та задоволенню потреб споживачів.

Список використаних джерел:

1. Янько А. Рекламна кампанія: секрети залучення аудиторії. YouScan. URL: <https://youscan.io/ua/blog/advertising-campaign/>.
2. Шпилик С. Інноваційні засоби маркетингових комунікацій та їх використання у практиці просування. Маркетинговий інструментарій формування попиту на товари та послуги на ринках України: МОНОГРАФІЯ, м. Тернопіль. 2014. С. 381. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/60827739.pdf#page=382>.
3. Інноваційні підходи до реклами в інтернеті у сфері технологій та іт-послуг. seo-evolution. URL: <https://seo-evolution.com.ua/blog/reklama-v-internete/innovatsiyni-pidhodi-do-reklami-v-interneti-u-sferi-it>.
4. Поліщук О. Роль та місце big data в діджиталізації аналітичних процесів. 2021. URL: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/34522/91618.pdf?sequence=2&isAllowed=y>.
5. Цівак В. Маркетингові стратегії у зовнішній рекламі: хитрощі маркетологів – огляд та аналіз основних. Економічні науки. 2023. № 5. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2023/11/322-18.pdf>.