

**Сак Т.В., к.е.н., доцент**

**Волинський національний університет імені Лесі Українки**

## **СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ**

У сучасному цифровому світі використання передових технологій в цифровому маркетингу стає необхідністю для підтримки конкурентоспроможності та досягнення маркетингових цілей. Сучасні технології не тільки прискорюють та автоматизують процеси в маркетингу, але й відкривають нові можливості для ефективної взаємодії з цільовою аудиторією.

Технології цифрового маркетингу – це сукупність інноваційних інструментів, платформ, програм та стратегій, які використовуються для реалізації маркетингових цілей за допомогою цифрових каналів та технологій. Ці технології дозволяють маркетологам взаємодіяти з аудиторією, аналізувати дані, створювати та розповсюджувати контент, вимірювати ефективність кампаній та автоматизувати процеси маркетингу. Технології цифрового маркетингу постійно розвиваються, щоб відповідати змінам у поведінці споживачів та технологічному прогресу.

Одним з ключових аспектів актуальності використання сучасних технологій у цифровому маркетингу є зміна споживчих звичок та підходів до сприйняття інформації. Сучасні споживачі стають все більш технологічно освіченими та вимогливими, що вимагає від маркетологів постійної адаптації та інновацій у використанні технологій для залучення їхньої уваги та зацікавленості, формування та підвищення впізнаваності брендів [1].

Сучасні технології дозволяють збільшити точність та персоналізацію маркетингових кампаній. Завдяки збору та аналізу великих обсягів даних про споживачів, маркетологи можуть створювати індивідуальні та персоналізовані повідомлення та пропозиції, що значно підвищує їхню ефективність та результативність. Стратегії маркетингу, побудовані на базі сучасних технологій, надають можливість ефективно конкурувати та зберігати лідерство на ринку.

До технологій цифрового маркетингу, які активно використовуються для досягнення маркетингових цілей варто віднести: штучний інтелект, доповнену та віртуальну реальність, блокчейн, інтернет речей, голосові технології, генеративні моделі та інші.

Штучний інтелект (AI) використовується в маркетингу для персоналізації контенту, прогнозування поведінки користувачів, автоматизації взаємодії з аудиторією та підвищення ефективності рекламних кампаній. Завдяки синтезу технологій глибокого навчання, когнітивної нейробіології AI може бути застосований для дослідження ринку, персоналізації контенту, що дасть можливість покращити процес аналізу інформації та визначити масштаб впливу на споживачів без зайвих витрат [3].

Використання доповненої реальності (AR) та віртуальної реальності (VR) занурює користувача в повністю штучне середовище, створене за допомогою комп'ютерних технологій, доповнює реальний світ віртуальними елементами, створюючи складну взаємодію реального і віртуального. AR та VR застосовується в маркетингу для створення інтерактивного контенту, віртуальних турів, інноваційних рекламних креативів. Ці технології в майбутньому повністю змінять спосіб взаємодіємо з медіа та споживачами, формуватимуть новий рівень взаємодії та занурення.

Використання блокчейн технологій є сучасним засобом для забезпечення безпеки та прозорості в рекламних кампаніях, управління правами на контент та вирішення проблем шахрайства в електронній комерції. Блокчейн технології відкривають цілу низку можливостей для маркетингу:

- забезпечення прозорості у маркетингових кампаніях, уникнення фальсифікації результатів або змін даних;
- підтвердження автентичності продукції через можливість відстеження походження товарів від виробника до кінцевого споживача;

- використання як основи для нових систем оплати та винагород за участь у маркетингових програмах (використання криптовалют або токенів);

- можливість користувачам керувати своїми персональними даними та вибирати, які дані вони бажають розкривати маркетинговим компаніям, що сприяє збільшенню довіри щодо використання особистої інформації;

- уникнення посередників у процесі рекламних кампаній через можливість безпосередньо взаємодіяти з цільовою аудиторією, що дозволяє зменшити витрати на рекламу та збільшити ефективність кампаній.

Інтернет речей (IoT), як концепція, за якою фізичні пристрої, обладнані спеціальною електронікою, програмним забезпеченням та здатністю до зв'язку через Інтернет, можуть збирати та обмінюватися даними між собою або з центральними серверами, знайшов широке використання в маркетингу. Використання IoT забезпечує збір даних про споживачів та їх поведінку, а також сприяє поліпшенню взаємодії з аудиторією.

Голосові технології відкривають нові можливості для взаємодії з аудиторією та просування брендів, є потужним інструментом для підвищення уваги та лояльності споживачів. Одним з головних способів використання голосових технологій у маркетингу є створення голосових асистентів для брендів, голосових оголошень, використання голосових запитів для пошуку інформації.

Генеративні моделі дозволяють брендам створювати унікальний та персоналізований контент, поліпшувати аналітику та взаємодію з аудиторією.

Таким чином, використання сучасних технологій в цифровому маркетингу є важливим у бізнес-середовищі з наступних причин:

1. Підвищення ефективності та конкурентоспроможності. Сучасні технології дозволяють автоматизувати багато процесів маркетингу, що призводить до підвищення продуктивності та ефективності роботи маркетологів. Вони дозволяють зосередитися на стратегічних аспектах розвитку бізнесу, замість рутинних завдань. Використання інноваційних технологій дозволяє залучати увагу аудиторії та робити більш ефективні маркетингові кампанії.

3. Збільшення точності та персоналізації. Сучасні технології аналізу даних, штучний інтелект та машинне навчання дозволяють збирати, аналізувати та використовувати великі обсяги інформації про клієнтів. Це дозволяє створювати більш персоналізовані маркетингові кампанії, що збільшує їх ефективність та залученість.

4. Зміна споживчих звичок. З розвитком технологій споживачі стають все більш цифровими та мобільними. Використання сучасних технологій дозволяє краще розуміти цільову аудиторію, забезпечуючи їхню взаємодію з брендом в тих каналах, які їм найбільш зручні.

Отже, використання сучасних технологій у цифровому маркетингу є важливим для досягнення успіху в бізнесі. Це не лише дає можливість виходити за межі традиційних маркетингових підходів, але й забезпечує підтримку конкурентоспроможності, підвищення ефективності маркетингових кампаній, дозволяє залучати більшу аудиторію споживачів та забезпечувати успіх в онлайн-середовищі та досягнення інших маркетингових цілей.

1. Sak Tetiana. (2023). Digital marketing: theoretical basics and development requirements. *Modern management tools in the latest models of socio-economic*, (P. 40-56). WSSG.
2. Сак Т.В. (2023). Маркетинг стартапу: особливості, цифрові інструменти та канали просування. *Маркетинг і цифрові технології*, 7(1), 107-119. <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/292>.
3. Стеблюк Н.Ф., Копейкіна Є.В. (2019). Технології штучного інтелекту в маркетингу. *Приазовський економічний вісник*, 3 (14), 462-466. [http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/3\\_14\\_uk/79.pdf](http://pev.kpu.zp.ua/journals/2019/3_14_uk/79.pdf)