

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ MODERN TOOLS OF DIGITAL MARKETING

Анотація. Розглянуто сучасні інструменти цифрового маркетингу, які є ключовими для успішної діяльності бізнесу, дозволяють ефективно взаємодіяти з клієнтами, автоматизувати процеси та оптимізувати маркетингові кампанії. Особлива увага приділяється аналітичним платформам, соціальним мережам, email-маркетингу та SEO-інструментам.

Abstract. The modern tools of digital marketing, which are key to successful business activities, are considered. These tools allow effective interaction with customers, automate processes, and optimize marketing campaigns. Special attention is given to analytical platforms, social networks, email marketing, and SEO tools.

Ключові слова: цифровий маркетинг, аналітичні платформи, соціальні мережі, SEO, email-маркетинг, інструменти цифрового маркетингу.

Keywords: digital marketing, analytical platforms, social networks, SEO, email marketing, digital marketing tools.

Цифровий маркетинг став ключовим елементом стратегії багатьох компаній, оскільки розвиток технологій значно змінив способи комунікації з цільовою аудиторією. Сучасний бізнес залежить від інноваційних рішень, таких як аналітичні платформи, автоматизовані системи управління, а також технології штучного інтелекту, що дозволяють покращити взаємодію з клієнтами та оптимізувати маркетингові процеси. Інструменти цифрового маркетингу, такі як соціальні мережі, контекстна реклама, SEO, email-маркетинг і контент-менеджмент, активно впливають на ефективність просування брендів і продуктів.

Бізнес, який використовує цифровий маркетинг у своїй діяльності може взаємодіяти із своєю цільовою аудиторією більш ефективно. Це дозволяє залучати велику кількість потенційних клієнтів, а також збільшує впізнаваність бренду компанії. Швидкі зміни у цифровому середовищі провокують бізнес використовувати все нові й нові інструменти. Саме тому в епоху цифрових технологій маркетингологи повинні використовувати відповідні інструменти та технології, щоб ефективно досягати своїх цілей та залишатися конкурентоспроможними.

Цифрові інструменти дозволяють збирати та аналізувати дані, оптимізувати маркетингові кампанії, автоматизувати процеси та краще взаємодіяти з цільовою аудиторією. Розуміння та вміле використання цифрових інструментів є ключовим для успішного цифрового маркетингу в сучасному світі. Крім цього всі інструменти є взаємопов'язані, а це означає, що їх слід використовувати в комплексі.

До інструментів цифрового маркетингу, які широко використовуються в сучасній практиці, відносять: Google Analytics, Google Ads, Facebook Ads Manager, MailChimp, HubSpot, SEMrush, Hootsuite, Buffer, Sprout Social, Ahrefs та інші. Розглянемо їх детальніше.

Google Analytics – це платформа, яку використовують для збору даних із веб-сайтів та застосунків для створення звітів про поведінку користувачів та трафік веб-сайту. Даний інструмент дозволяє бачити чітку статистику відвідуваності сайту, географію користувачів (країни, регіони, міста), їх вік, стать тощо. За допомогою цих результатів здійснюється оптимізація контенту. Google Analytics дозволяє відстежувати конверсії (форми реєстрації, покупка, підписка), показує ефективність сторінок сайту, що є важливим в цифровому

маркетингу та управлінні бізнесом. Важливою перевагою використання даного інструменту є те, що стандартна версія є безкоштовною [2].

Google Ads – це інструмент, що спрямований на розміщення рекламних оголошень в пошукових результатах та на партнерських сайтах. Він працює за принципом pay-per-click. Рекламодавцям наразі доступні можливості сегментування аудиторії за демографією (вік, стать, тощо), за обраною тематикою (або ж ключовими словами). За допомогою Google Ads рекламу можна розмістити на платформі YouTube, пошуковій видачі Google, у застосунку Google Play.

Рекламодавці створюють оголошення та вибирають ключові слова, за якими вони хочуть, щоб їхні оголошення відображалися. Коли користувач вводить запит у пошукову систему Google або переглядає вміст на платформах партнерів Google, система визначає, які оголошення показувати на основі різних факторів, таких як релевантність оголошення, бюджет рекламодавця та інші. Щоб визначити, котрі оголошення показувати користувачам, Google Ads використовує аукціон. А саме це відбувається шляхом обчислення рейтингу оголошення, що залежить від кількох факторів, таких як ваша ставка, якість оголошення та цільової сторінки, рівень конкуренції та контекст пошуку користувача [5].

Facebook Ads Manager – це рекламний кабінет, який допомагає створювати та управляти рекламою в соціальних мережах та сервісах Facebook та Instagram. При створенні рекламної кампанії є можливість обрати цілі, яких необхідно досягнути при запуску; налаштувати цільову аудиторію: зазначити вік, стать, вподобання, поведінку, місце; вибрати місце розміщення реклами; встановити рекламний бюджет, тривалість показу. Даний інструмент також дозволяє проводити А/В-тестування двох креативів [1].

MailChimp – це інструмент, що використовують для створення та розсилки e-mail листів. У функціоналі MailChimp є створення листів із шаблонів або з допомогою власних дизайнів, додаючи текст, зображення та інші елементи; поділ цільової аудиторії на сегменти за різними критеріями, такими як поведінка, інтереси або характеристики клієнтів. Це дає можливість створювати персоналізовані повідомлення для кожного сегменту. MailChimp має функцію автоматизації, яка дозволяє автоматично надсилати повідомлення на основі певних подій або дій користувачів, дозволяє проводити А/В тестування та надає детальні звіти про результати розсилок.

HubSpot – це сервіс, що допомагає вести продажі та взаємодіяти з клієнтами. Це зручний інструмент для команди, адже в ньому можуть працювати всі учасники. Дана платформа ефективна для малих бізнесів, стартапів, B2C компаній, онлайн-сервісів, IT-компаній та FinTech компаній. Платформа має такі можливості: чат із клієнтами, динамічні списки, форми для залучення потенційних клієнтів та email-маркетинг. Кожен інструмент в поєднанні з іншими дозволяє досягнути максимальної ефективності [4].

SEMrush – це інструмент SEO, який допомагає детально аналізувати сайт. SEMrush допомагає проаналізувати тенденції галузі та визначити можливі напрямки оптимізації. Перевагою даного продукту є те, що він вміщує понад 40 інструментів. SEMrush перевіряє on-page SEO, що допомагає краще зрозуміти сторінку та оптимізувати її для SEO із ціллю підвищення рейтингу та кращої генерації лідів, а також пропонує сайти, на які важливо поставити зворотні посилання. За допомогою даного інструменту можна оцінити цінність ключових слів при залученні органічного трафіку. SEMrush може водночас аналізувати до 1000 слів та простежувати динаміку зміни їхньої цінності, перевіряє сайт за 130 різними чинникам, знаходить вузькі місця й дає рекомендації із їхнього покращення. Наявна система аудиту здатна перевірити не лише технічні моменти, але й контент, рекламні кампанії.

Hootsuite – це інструмент спрямований на соціальні медіа, що дає змогу керувати вашими соціальними мережами в одному місці. Однією із найголовніших функцій Hootsuite є масове планування публікацій та їх розміщення. Ще одним інструментом, що призначений для планування та розміщення публікацій в соціальних медіа є Buffer. Платформа Buffer також пропонує унікальну функцію – Pablo, яка дозволяє створювати візуальні графіки для зручного обміну даними в соціальних мережах.

Sprout Social – це платформа, що спрямована на управління соціальними медіа, дозволяє компаніям керувати своїми сторінками, групами, аналізувати дані та взаємодіяти з аудиторією. Sprout Social дає змогу налаштувати автоматичні публікації для соціальних мереж, надає інструменти для моніторингу активностей та аналізу результатів. Маркетолог може відстежувати відгуки, згадки, кліки тощо. Sprout Social дозволяє взаємодіяти з аудиторією безпосередньо з платформи. Платформа дозволяє кільком користувачам працювати над соціальними медіа разом та надає інструменти для аналізу активності конкурентів [3].

Ahrefs – інструмент, що дає змогу компаніям покращити видимість веб-сайтів у Google та в інших пошукових системах. Цей інструмент пропонує користувачам дані, що можуть бути необхідними для оптимізації SEO-стратегії та залучення органічного трафіку на веб-сайти. За допомогою Ahrefs Webmaster Tools є можливість проведення аудиту сайту, аналізувати показники SEO до сторінок і ключових слів. Free Keyword Generator використовується для вибору ключових слів. Платформа надає інформацію про складність ключового слова, список країн, де цей пошуковий запит є найпопулярнішим, кількість кліків тощо та пропонує декілька варіантів звітів, аналіз яких дасть змогу знайти найвдаліші ключі для оптимізації. Плагін Ahrefs SEO WordPress дає важливу інформацію про те, як можна збільшити трафік, аналізує ефективність сайту, продуктивність веб-сайтів конкурентів і дієвих стратегій щодо контенту.

Отже, цифровий маркетинг сьогодні є незамінним інструментом для будь-якого бізнесу, що прагне досягти успіху у швидкозмінному ринковому середовищі. Сучасні інструменти цифрового маркетингу, такі як аналітичні платформи, соціальні мережі, email-маркетинг та SEO-оптимізація, дозволяють ефективно взаємодіяти з клієнтами, персоналізувати комунікацію та оптимізувати маркетингові стратегії. Використання таких інструментів як Google Analytics, Google Ads, Facebook Ads Manager та інших дозволяє бізнесам підвищити продуктивність, впізнаваність бренду та конверсію. Важливою складовою успіху є інтеграція різних інструментів для створення комплексного підходу до цифрового маркетингу. Перспективи розвитку цифрових інструментів маркетингу, а також постійні технологічні зміни, вимагають від маркетологів гнучкості та готовності до швидкого впровадження нових рішень.

Література

1. Facebook Ads Manager. URL: <https://horoshop.ua/ua/glossary/facebook-ads-manager/> (дата звернення 20.09.2024)
2. Варламов О., Ключев Е. Google Analytics: що це таке та як ним користуватись. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/google-analytics> (дата звернення 20.09.2024)
3. Інтеграція Sprout Social за API. URL: <https://apix-drive.com/ua/sprout-social> (дата звернення 20.09.2024)
4. Сак Т.В. (2023). Маркетинг стартапу: особливості, цифрові інструменти та канали просування. *Маркетинг і цифрові технології*, 7(1), С. 107-119. <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/292>.
5. Сидоренко А. Як працює Google Ads? Посібник для новачків у онлайн-рекламі. URL: <https://netpeak.net/uk/blog/yak-pratsyue-google-ads-posibnik-dlya-novachkiv-u-onlayn-reklami/> (дата звернення 20.09.2024)