

Битик О.Б., магістр  
Гутман А.І., бакалавр  
Київський національний  
університет технологій та дизайну  
Пономаренко І.В., доц.  
Київський національний  
університет технологій та дизайну

## **ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У СФЕРІ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ**

У 2020 р. внаслідок COVID-19 відмічаються ускладнення в більшості видів економічної діяльності та трансформація стратегій компаній з метою подолання негативних наслідків. Слід відмітити, що представлені тенденції є актуальними й для сфери маркетингу та призвели до пошуку оптимальних рішень з метою забезпечення ефективності функціонування компаній у довгостроковій перспективі. В умовах діджиталізації компанії для забезпечення конкурентних переваг застосовують інноваційні технології для залучення клієнтів, а пандемія та соціальне дистанціювання сприяли прискореному запровадженню передових цифрових продуктів [1].

Поступове зростання чисельності користувачів мережі Інтернет та відповідних електронних пристроїв істотно впливає на розвиток інструментів цифрового маркетингу, які використовуються для налагодження довгострокових комунікацій між компаніями та цільовою аудиторією. У 2021 р. передбачається зосередження компаній на минулому досвіді розробки та реалізації цифрових маркетингових стратегій. Поряд з цим, компанії будуть намагатись використати ті інструменти цифрового маркетингу та відповідні інноваційні технології, які дозволять досягти максимально можливого ефекту.

Серед основних тенденцій, які слід очікувати впродовж 2021 р. у сфері цифрового маркетингу слід виділити:

1. Аналіз даних методами Data science. Накопичення великих обсягів даних дає можливість компаніям завдяки застосування таких підходів як машинне навчання комплексно оцінювати представлену інформацію та знаходити приховані зв'язки. Завдяки побудові складних моделей на основі великих даних

компанії мають можливість з високим рівнем ймовірності передбачати ситуацію на ринку та відповідним чином адаптувати власні стратегії, поряд з цим існує можливість посилення комунікацій між брендами та користувачами завдяки впровадженню інноваційних продуктів на базі штучного інтелекту.

2. Відеомаркетинг. Сучасні користувачі висловлюють значний інтерес до різноманітного контенту, в першу чергу мова йде про візуалізовані матеріали. Відеоконтент дає можливість налагоджувати комунікації з різними групами потенційних клієнтів, застосовуючи відео різної тематичної спрямованості. Найкращими форматами просування компанії за допомогою даного виду контенту є рекламні відео та розповіді історій. Для ефективного використання маркетингового бюджету доцільно застосовувати штучний інтелект, який дозволяє виявити найцінніших користувачів відео [2]. Представлена технологія також допомагає виявити шахрайство з відеорекламою, щоб забезпечити перегляд інформаційних повідомлень компаній реальними людьми. Важливо в процесі створення відеоконтенту розрахувати оптимальну тривалість кожного ролика, оскільки тривалий перегляд окремого сюжету негативно сприймається великою кількістю потенційних клієнтів.

### **Література**

1. 7 Digital Marketing Trends for 2021 and How You Can Prepare. URL: <https://www.appier.com/blog/7-digital-marketing-trends-for-2021-and-how-you-can-prepare>.

2. Video Marketing Strategy: The Ultimate Guide. URL: <https://www.lemonlight.com/video-marketing-strategy-the-ultimate-guide>.